

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
ESCUELA MULTILINGUE DE NEGOCIOS Y RELACIONES
INTERNACIONALES**

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCION DEL
TITULO DE LICENCIADO MULTILINGUE EN NEGOCIOS
Y RELACIONES INTERNACIONALES**

**ANÁLISIS DEL MERCADO COLOMBIANO DE ENSAMBLADORAS DE
VEHÍCULOS EN EL PERIODO DE 2010 A 2012 PARA LA INCURSIÓN DE LA
EMPRESA CONTINENTAL TIRE ANDINA S.A. CON PRODUCTO PLT DE
EQUIPO ORIGINAL**

MAURICIO ALEXANDER CHÁVEZ AMIJOS

QUITO, 2014

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado en primer lugar a Dios y a mi madre Dolorosa, quienes me han brindado todas las grandes bendiciones en mi vida. Quiero dedicar el trabajo a mis padres que a través de sus enseñanzas y apoyo me han guiado durante todos los años de mi vida para hacerme una persona de bien.

De manera especial quiero dedicar esto a la persona más importante en mi vida, aquel que siempre con palabras de aliento de apoyo y a veces hasta con regaños me ha llevado a querer ser alguien grande en la vida, aquel que es mi compañero, mi cómplice, mi ayuda, mi orgullo mi inspiración, mi mejor amigo, esto va dedicado a mi hermano Andrés.

Le amo ñaño

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a todas las personas que me han apoyado durante toda mi carrera estudiantil para salir adelante y siempre destacarme como alumno y en especial como persona.

Agradezco al Ing. Jorge Mora Varela por su paciencia y conocimientos que supo brindarme tanto como profesor como director del proyecto de grado. Jorgito gracias por sus consejos y enseñanzas para poder sacar adelante este proyecto. De igual manera a todos los profesores quienes me han guiado durante mi carrera y me han impartido sus enseñanzas y muchos me han brindado su amistad, de manera especial a Halina Lyko, Berthita Morales, Linda Arias, Marco Soasti y Efrén Guerrero.

A mis padres Mauricio Chávez Charro y Alexandra Armijos Maya quienes a través de sus motivaciones, enseñanzas, esfuerzos, cariño y ejemplo me han ayudado a crecer como persona y quien me han motivado a ser un excelente profesional y alguien de excelencia como ellos lo han sido.

A mi familia, a mi mami Rosi, mis tíos mis primos, quienes han sido mi apoyo en todas las etapas de mi vida.

A mis grandes amigos quien siempre me han acompañado Omar, Alex y Nicky y a mis amigos quienes estuvieron a mi lado durante toda la etapa universitaria brindándome su cariño y amistad Tita, Cris, Fabi y Gaby.

A mi hermosa novia Johanna quien con su amor y cariño ha sabido hacerme crecer como persona y me ha motivado a cumplir todas mis metas y sueños en la vida. Te quiero mi princesita

Por último pero no menos importante agradezco a Dios por su infinito amor y todos los milagros que me ha brindado.

CONTENIDO

I.	RESUMEN	1
II.	ABSTRACT	2
III.	RESUMÉ	3
IV.	TEMA	4
V.	INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO I		9
LAS RELACIONES COMERCIALES ENTRE ECUADOR Y COLOMBIA Y LAS BARRERAS COMERCIALES VIGENTES		
1.1.	Normatividad de Repúblicas de Colombia y Ecuador para el comercio exterior	9
1.1.1.	Normativa para la importación de bienes por parte del Gobierno colombiano	9
1.1.2.	Procedimientos para exportar hacia Colombia por parte de Ecuador	12
1.2.	Las relaciones comerciales entre Ecuador y Colombia	14
1.2.1.	Acuerdos comerciales bilaterales entre Ecuador y Colombia	14
1.2.2.	Situación de las relaciones existentes entre Ecuador y Colombia	16
1.3.	Normativa en el Marco de la Comunidad Andina de Naciones	19
1.3.1.	Normas de origen de acuerdo a la CAN	19
1.3.2.	Planillas A y B	22
1.3.3.	Convenio de complementación del sector automotriz	25
CAPÍTULO II		29
LA PRODUCCIÓN DE VEHÍCULOS DE PASAJEROS Y CAMIONETAS ENSAMBLADOS EN COLOMBIA Y SU DEMANDA		
2.1.	SOFASA	29
2.1.1.	Producción de vehículos	29
2.1.2.	Venta de vehículos	33
2.2.	COLMOTORES	36
2.2.1.	Producción de los vehículos Chevrolet de COLMOTORES	36
2.2.2.	Ventas de los vehículos ensamblados por COLMOTORES	41
2.3.	Compañía Colombiana Automotriz (CCA)	43
2.3.1.	Producción de vehículos y camionetas Mazda de CCA	43
2.3.2.	Venta de vehículos y camionetas Mazda de CCA	47
CAPÍTULO III		51
LA CAPACIDAD PRODUCTIVA DE LA EMPRESA CONTINENTAL TIRE ANDINA Y LA COMPETENCIA EN EL MERCADO DE LLANTAS DE PLT DE EQUIPO ORIGINAL EN LA REGIÓN ANDINA.		
3.1.	Continental Tire Andina en el mercado de Equipo Original	51
3.1.1.	Producción de llantas de PLT en la planta de Continental Tires	52
3.1.2.	Procesos de Equipo Original en Continental Tires	54

3.2.	Empresas oferentes de llantas de PLT de equipo original en la región andina.	58
3.2.1.	Goodyear	58
3.2.2.	Bridgestone	60
3.2.3.	Pirelli	61
3.2.4.	Michellin	63
3.3.	Empresas oferentes de llantas de PLT de equipo original fuera de la región andina	65
3.3.1.	Hankook	65
3.3.2.	GiTi	67
VI.	ANÁLISIS	70
VII.	CONCLUSIONES	74
VIII.	RECOMENDACIONES	77
	LISTA DE REFERENCIAS.	79
	ANEXOS.	

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	18
PRODUCTOS NO PETROLEROS ECUATORIANOS EXPORTADOS HACIA COLOMBIA	
TABLA 2	29
PRODUCCIÓN DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA SOFASA	
TABLA 3	34
VENTA DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA SOFASA PERIODO	
TABLA 4	37
PRODUCCIÓN DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA COLMOTORES PERIODO 2010-2012 (UNIDADES)	
TABLA 5	41
VENTA DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA COLMOTORES PERIODO 2010-2012 (UNIDADES)	
TABLA 6	44
PRODUCCIÓN DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA CCA PERIODO 2010-2012 (UNIDADES)	
TABLA 7	48
VENTA DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA CCA PERIODO 2010-2012 (UNIDADES)	
TABLA 8	52
MATERIAS PRIMAS EN UNA LLANTA	
TABLA 9	54
VENTAS EQUIPO ORIGINAL DE CONTINENTAL TIRE ANDINA EN COLOMBIA Y ECUADOR DESDE EL AÑO 2010 AL 2012 (DÓLARES)	
TABLA 10	55
CARTERA DE CLIENTES CONTINENTAL TIRE ANDINA	
TABLA 11	59
PARTICIPACIÓN DE GOODYEAR EN EL MERCADO COLOMBIANO DE ENSAMBLADORAS DEL AÑO 2010 AL AÑO 2012 (EN UNIDADES)	
TABLA 12	61
PARTICIPACIÓN DE BRIDGESTONE EN EL MERCADO COLOMBIANO DE ENSAMBLADORAS DEL AÑO 2010 AL AÑO 2012 (EN UNIDADES)	

TABLA 13	63
PARTICIPACIÓN DE PIRELLI EN EL MERCADO COLOMBIANO DE ENSAMBLADORAS DEL AÑO 2010 AL AÑO 2012 (EN UNIDADES)	
TABLA 14	64
PARTICIPACIÓN DE MICHELIN EN EL MERCADO COLOMBIANO DE ENSAMBLADORAS DEL AÑO 2010 AL AÑO 2012 (EN UNIDADES)	
TABLA 15	67
PARTICIPACIÓN DE HANKOOK EN EL MERCADO COLOMBIANO DE ENSAMBLADORAS DEL AÑO 2010 AL AÑO 2012 (EN UNIDADES)	
TABLA 16	68
PARTICIPACIÓN DE GITI EN EL MERCADO COLOMBIANO DE ENSAMBLADORAS DEL AÑO 2010 AL AÑO 2012 (EN UNIDADES)	

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR-COLOMBIA	17
GRÁFICO 2 PRODUCCIÓN DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA SOFASA PERIODO 2010-2012	32
GRÁFICO 3 VENTA DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA SOFASA PERIODO 2010-2012	35
GRÁFICO 4 PRODUCCIÓN DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA COLMOTORES PERIODO 2010-2012 (UNIDADES)	38
GRÁFICO 5 VENTA DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA COLMOTORES PERIODO 2010-2012 (UNIDADES)	43
GRÁFICO 6 PRODUCCIÓN DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA CCA PERIODO 2010-2012 (UNIDADES)	45
GRÁFICO 7 VENTA DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA CCA PERIODO 2010-2012 (UNIDADES)	49

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Planillas A y B

Anexo 2: Tabla inteligencia de mercados Continental Tires

I. RESUMEN

La recuperación de la industria automotriz colombiana después de la crisis económica mundial entrevisté al sector automotor como uno de los de crecimiento constante. Una vez terminada la crisis económica las ensambladoras de autos en Colombia tuvieron un despunte en sus ventas y producción. Para conjugar dicho crecimiento con una oportunidad comercial para el Ecuador, el presente trabajo analiza las posibilidades de comercialización de neumático producidos por Continental Tire Andina a las ensambladoras de autos colombianas. Dadas las relaciones existentes entre los países de la región andina en el ámbito comercial, se facilita la comercialización autopartes elaboradas en los países de la zona andina a las ensambladoras en Colombia por ser una zona de libre comercio. Las tres ensambladoras colombianas han tenido un desarrollo irregular en su producción y ventas, teniendo picos más altos en diferentes años cada una de las ensambladoras. Una vez analizados todos los aspectos de demanda y oferta se observa que la producción que tiene Continental Tire lograría satisfacer solo una parte de la demanda que tienen las empresas de ensamble automotriz en Colombia y que se debe competir contra la entrada de las empresas asiáticas que incursionan con precios más bajos al mercado.

Palabras Clave: Ensambladoras, Llantas, Origen, Equipo Original

II. ABSTRACT

The recovery of the Colombian automotive industry after the global economic crisis glimpsed the Colombian automotive sector as one of the most stables in the region. Once the economic crisis finished the car assemblers in Colombia had a growth in sales and production. To combine such growth with a business opportunity for Ecuador, this paper work analyzes the marketability of tires produced by Continental Tire Andina to the Colombian car assemblers. Given the relations between the countries of the Andean region in the trade, facilitating the marketing of the auto parts produced in the countries of the Andean region to the Colombian car assemblers for being a free trade area. The three Colombian assemblers have had an uneven development in production and sales, with highest peaks in different years each car assembler. After analyzing all aspects of supply and demand the facts shows that the Continental Tire production can meet only a part of the demand for the assembly companies in Colombia. Continental Tire has also to compete against the entry of Asian companies who venture with lower market prices.

III. RÉSUMÉ

La reprise de l'industrie automobile colombien après la crise économique mondiale entrevu le secteur automobile comme l'un des plus stables. Une fois la crise économique a terminé, les assembleurs de voitures en Colombie ont eu un émoussement des ventes et de la production. Pour combiner cette croissance avec une opportunité commerciale pour l'Équateur, le présent document analyse les possibilités de commercialisation de pneus produites par Continental Tire Andina aux assembleurs colombiens de voitures. En regardant les relations commerciales entre les pays de la région andine, la vente des pièces pour les automobiles produites dans les pays de la région andine aux assembleurs de voitures en Colombie est fournie pour être la CAN une zone de libre-échange. Les trois assembleurs colombiens ont eu un développement irrégulier de la production et des ventes de ses voitures, avec des sommets plus hauts dans des années différentes pour chaque assembleur. Après avoir analysé tous les aspects de l'offre et de la demande, il se montre que la production Continental Tire peut satisfaire qu'une partie de la demande pour ces entreprises d'assemblage automobile en Colombie. Continental Tire Andina doit être en compétition contre l'entrée des entreprises asiatiques qui entrent au marché avec des prix plus bas.

IV. TEMA

ANÁLISIS DEL MERCADO COLOMBIANO DE ENSAMBLADORAS DE VEHÍCULOS EN EL PERIODO DE 2010 A 2012 PARA LA INCURSIÓN DE LA EMPRESA CONTINENTAL TIRE ANDINA S.A. CON PRODUCTO PLT DE EQUIPO ORIGINAL

V. INTRODUCCIÓN

El mercado automotriz colombiano ha venido en expansión, lo que lo hace interesante para el sector productivo automotriz a nivel de todo el mundo. Dada la apertura comercial que se ha venido dando en Colombia, hacen que el interés hacia dicho mercado crezca. No obstante la competencia que existe en este mercado a nivel mundial, las oportunidades que se pudiesen dar por el desarrollo de este mercado de ensambladoras son aliciente para todas las empresas cuyos productos se enfoquen en el sector autopartista, porque al no ser suficiente la oferta de autopartes en Colombia, existe todavía una demanda insatisfecha que pudiese ser satisfecha a través de la incursión de otras empresas situadas fuera de Colombia.

La investigación se centra en la posibilidad de la empresa Continental Tire Andina de comercializar las llantas de Equipo Original al mercado colombiano de ensambladoras. Para la realización de este trabajo se examinará en primer lugar las normativas legales a nivel internacional que podría facilitar la comercialización de los neumáticos hacia Colombia, entre las cuales se encuentran los acuerdos comerciales existentes entre Ecuador y Colombia y las normativas de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) para este tipo de comercio. Después del examen de la parte legal se procederá a realizar la determinación de la demanda a través de análisis de la producción y las ventas que han tenido cada una de las ensambladoras durante los años de estudio. Al concluir el análisis de la demanda se procederá a revisar la capacidad de producción de la planta de Continental Tire Andina y los procesos de Equipo Original que deben ser tomados en cuenta para la comercialización de los neumáticos, junto con los actuales proveedores de llantas en el mercado

colombiano de ensambladoras para de dicha manera conocer la competencia existente contra la cual debe enfrentarse Continental Tire Andina.

El objetivo principal de la investigación es analizar el mercado de ensambladoras de autos de pasajeros y camionetas en Colombia para la incursión de la empresa Continental Tire Andina S.A. como proveedor de llantas a las empresas de ensamblaje de autos en Colombia. Esto se lo realizará a través del examen de las relaciones a nivel comercial entre Ecuador y Colombia para la comercialización de autopartes para incursionar en el mercado, el análisis de los niveles de producción de autos en las ensambladoras colombianas como oportunidad para la inserción de la empresa Continental Tire Andina S.A y la determinación de las oportunidades de insertarse por parte de la empresa Continental Tire Andina. Se desea analizar y sintetizar la capacidad productiva de llantas de PLT de Equipo Original por parte de la empresa Continental Tire Andina y la producción de llantas de PLT a nivel andino permitiría que se comercialice este producto al mercado colombiano de ensambladoras de autos, lo que se facilitaría debido a las relaciones comerciales existentes entre Ecuador y Colombia tomando en cuenta las barreras comerciales existentes. Esto se lo realizará a través de una investigación exploratoria a través de una visión aproximada del entorno legal para la comercialización y la determinación de las potencialidades de mercado para la exportación de las llantas de PLT de Equipo Original de Continental, buscando la información del mercado colombiano de ensambladoras que sea relevante para poder determinar dichas potencialidades.

Después de la crisis por la disminución en la curva de ventas de la industria automotriz colombiano por efecto de la recesión económica mundial de los años 2008 y 2009, la industria tiene una curva ascendente a través de sus tres ensambladoras situadas en los departamentos de Antioquia y Cundinamarca, incrementando sus ingresos y expandiéndose a otros mercados dentro de la región andina en el mercado de PLT (Passenger and Light Truck). Este crecimiento constituye una oportunidad de desarrollo para Continental Tire Andina, empresa situada en Ecuador en su parte de llantas de PLT de Equipo Original, las llantas de mayor calidad y con distinto acabado en la parte de

balanceo y uniformidad que son utilizadas para todos los autos que salen de fábrica o de las ensambladoras.

Colombia, es un país colindante con Ecuador, ha mantenido relaciones a nivel político y de manera especial en el ámbito comercial. El comercio existente entre los dos países hace que Colombia sea el segundo socio comercial de Ecuador esto de acuerdo a los datos del Banco Central del Ecuador. La suscripción a distintos acuerdos que existen entre las dos naciones, tanto a nivel bilateral como multilateral – en distintas organizaciones de las cuales forman los dos parte como la CAN – han hecho que las facilidades para el comercio de servicios y bienes entre los que entran las autopartes como las llantas.

El mercado colombiano de ensambladoras es el de mayor crecimiento en la región andina, produciendo más de 100.000 unidades en 2012 de acuerdo a los datos de la Asociación Colombiana de Fabricantes de Autopartes, con una proyección en crecimiento, por lo cual su demanda de llantas es cada vez mayor, dado que cada vehículo necesita 5 llantas. Esto es una oportunidad que a empresa Continental Tire Andina puede aprovechar para poder aumentar.

En lo referente a la oferta de llantas a nivel de la región andina, Continental Tires® es una de las empresas con posicionamiento, tanto en llantas de reposición como en llantas de equipo original. En equipo original ha satisfecho la demanda de equipo original en Ecuador, el tema es satisfacer al mercado colombiano de equipo original.

Una vez obtenidos los análisis de datos acerca de la demanda se debe de igual forma considerar el tema de la oferta. Hay que observar y analizar si la planta de producción de la empresa Continental Tire Andina tendrá la capacidad de producir todas las llantas de PLT que el mercado colombiano de ensambladoras de autos demanda y si se relaciona con la actual demanda que tiene la empresa en sus mercados de Equipo Original y de reposición a nivel andino.

Partiendo de los postulados del marketing para Latinoamérica se desarrolla un modelo ajustado a las necesidades y realidad empresarial y productiva de Continental Tire Andina para ingresar al mercado colombiano de ensambladoras de vehículos. La ventaja competitiva genera como estrategia de producción y la diferenciación que permite desarrollar estrategias de fidelización en los clientes identificando al producto como único.

La teoría de marketing habla acerca del conocimiento del macro-entorno tanto del cliente como de la empresa oferente, en el caso de la investigación es necesario examinar las relaciones a nivel comercial que existen entre Ecuador y Colombia dentro de los distintos marcos como son los organismos internacionales y los acuerdos bilaterales, para de esta manera analizar si los distintos acuerdos que pudiesen existir entre estos dos países harían viable que se pueda comercializar las llantas a Colombia.

Dentro de la teoría, se menciona el conocimiento del cliente, de las preferencias, y de la demanda que necesitaría dicho cliente y que pueda ofrecer la empresa oferente a dicho cliente. Para este aspecto se analizará la producción de vehículos que ha tenido cada una de las ensambladoras durante los años de estudio así como las ventas de estos. Los datos obtenidos de dicho análisis mostrarán lo que las ensambladoras necesitan en cuanto a neumáticos y junto a datos de Continental Tire Andina cotejar si se puede realizar o no negocio con las ensambladoras.

Kotler habla acerca del conocimiento tanto de la empresa como tal así como de sus competidores para saber el producto y las prestaciones que estos ofrecen a sus clientes, que en este caso serían los neumáticos que las empresas productoras de llantas ubicadas tanto en la región andina como fuera de ella que proveen de cauchos a las ensambladoras en Colombia ofrecen.

El trabajo se integra a los parámetros de la carrera multilingüe en negocios y relaciones internacionales, integrando los dos ejes de la carrera. En primer lugar al plantear un análisis de las relaciones a nivel comercial entre Ecuador y Colombia tanto de manera bilateral como multilateral a través de

organismos internacionales, lo que propone pautas de un estudio más exhaustivo de las normativas internacionales que rigen para el Ecuador en el ámbito comercial, buscando de dicha manera interpretar conceptos de relaciones multilaterales y de políticas públicas internacionales. Alienando el eje de los negocios se busca con este trabajo elaborar un proyecto de comercio internacional identificando los intereses nacionales respetando la normativa nacional e internacional vigente. A través del proyecto se busca gestionar procesos de negocios internacionales para impulsar intercambios comerciales entre empresas de la zona andina, para de dicha manera proponer estudios que integren la industria automotriz en Ecuador y Colombia en el ámbito comercial.

En el ámbito académico, la investigación tiene importancia en el campo del Comercio Exterior y de la Productividad, debido al análisis del mercado del cual varias empresas de autopartes a nivel ecuatoriano pueden aprovechar para la incursión de sus productos, a través del conocimiento de la forma y características que posee el mismo y de las distintas ventajas y barreras que existen para poder incursionar con los productos ecuatorianos a Colombia, en todo lo concerniente a Equipo Original. Por otro lado existe la importancia de analizar el tema comercial existente con Colombia a través del enfoque del sector automotor, Sector que a nivel mundial ha venido en aumento por la creciente demanda de autos y que a nivel regional se ve reflejado, lo que daría una oportunidad de crecimiento a la economía ecuatoriana.

CAPÍTULO I

LAS RELACIONES COMERCIALES ENTRE ECUADOR Y COLOMBIA Y LAS BARRERAS COMERCIALES VIGENTES

Para poder conocer al mercado en el cual se desea incursionar hay que conocer el macro-entorno en el cuál se va a desenvolver, todos los factores externos a la oferta y la demanda como tal que tienen incidencia al momento de realizar una negociación y estudiar un mercado. Para el caso de un mercado internacional, de acuerdo al marketing para Latinoamérica, se debe conocer el ámbito legal y relacional entre el país de la oferta y el de la demanda, saber cuáles son las posibilidades legales de incursionar en un mercado.

1.1. Normatividad de Repúblicas de Colombia y Ecuador para el comercio exterior

En el caso de realizar un trámite de comercio exterior, es necesario el conocimiento de la normativa del proceso a seguir para poder realizar dicho tipo de actividad, tanto desde donde se exporta, como de donde se importa un bien. El conocer dichos procesos ayuda tanto al vendedor como al comprador a no tener inconvenientes en el trámite comercial y a poder cumplir con plazos establecidos en el momento de la negociación.

1.1.1. Normativa para la importación de bienes por parte del Gobierno colombiano

Para el proceso de la exportación a Colombia, se debe observar la normativa legal exigida por su gobierno, para el intercambio comercial con Ecuador. Dichas leyes tratan acerca del ingreso de mercancías del exterior, su ley de importaciones, la cual faculta al cliente final a poder ingresar las mercancías las cuales comercializó.

El trámite para realizar el acto de importación suele ser hecho, ya sea por el cliente final en forma directa (cumpliendo los requisitos que se plantearán a continuación), o por una empresa de logística que realiza el trámite con las autoridades colombianas.

Existen ocho etapas en los trámites de importación, las cuales se dividen en: la ubicación de la subpartida arancelaria del producto a importar; el registro como importador; un estudio de mercado; la identificación del producto; el trámite ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; el procedimiento cambiario; otros trámites específicos de acuerdo al producto a importarse y el proceso de nacionalización. (Ministerio de comercio industria y turismo, 2013: 1).

Para el trámite de importación el gobierno de Colombia exige que se presenten documentos para la autorización de la nacionalización de los bienes. Entre los documentos que se deben presentar se encuentran: contrato de compra y venta internacional, la factura comercial, el certificado de origen, la declaración andina de valor, lista de empaque, documento de transporte o embarque y el registro o licencia de importación. Se debe tener en cuenta la documentación que se requieran de acuerdo al régimen de importación que se utilice, que en el caso de esta investigación es el de Importación para transformación y ensamble (Rico, 2010: 24)

La clasificación arancelaria del bien a importarse debe hacerse con la mayor exactitud para la aplicación de las tasas arancelarias y en consecuencia para la realización de los trámites respectivos al proceso. La entidad encargada del trámite es la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia (Dian), a través de la cual se deben realizar los trámites para la debida clasificación del bien a comercializarse (Ministerio de comercio industria y turismo, 2013: 1)

Una empresa o cualquier persona natural o jurídica para poder realizar el proceso de importación debe soportarse a través de un estudio de mercado a través del cual se realice un análisis meticuloso y metódico de los factores que intervienen en el entorno y que ejercen influencia sobre el producto a importar, como por ejemplo costos, canales de distribución entre otros. Por otro lado debe tomarse en cuenta si existe producción local (hecho en Colombia) del producto que se desea importar y demostrar el beneficio que existe del bien importado en

comparación al nacional sea este en precio, forma de producción, participación en el mercado, etc. (Rico, 2010: 4-5).

Para poder realizar las actividades de importación las personas naturales y las jurídicas, a través de su representante legal, deben tramitar el Registro Único Tributario (RUT) especificando la actividad de importación. Este registro es un mecanismo para identificar, hallar y clasificar aquellos que son sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN. (Rico, 2010: 64).

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo requiere un registro en dicho organismo¹. Dada la naturaleza del tipo de importación que se realiza al importar autopartes, no es necesario este registro. Para poder importar bienes cuyo valor sea mayor a USD1.000, el importador debe adquirir una firma digital ante una entidad autorizada por la Superintendencia de Industria y Comercio (Ministerio de comercio industria y turismo, 2013: 1).

Dadas las diferentes divisas que tiene cada nación y el cambiante valor que poseen la una sobre la otra, los pagos suelen ser realizados por intermediarios aprobados por la ley colombiana, a través de bancos, instituciones o corporaciones financieras registradas según la ley. El pago de las divisas o en su caso la factura comercial debe ser mostrado el momento del retiro de las mercancías (Ministerio de comercio industria y turismo, 2013: 1).

Cuando la mercancía entre en Colombia en el depósito aduanero destinado para el almacenaje temporal de dicha mercancía, deben presentarse ante la autoridad respectiva la declaración de importación y demás documentos necesarios para retirar la mercancía. En el caso de que el valor de la Importación sea igual o superior a USD5.000 FOB, se debe diligenciar la Declaración Andina del Valor en Aduana. La liquidación de tributos Aduaneros (Gravamen Arancelario, IVA), se lo realiza por medio de la declaración de importación, el pago de estos impuestos se realiza ante los intermediarios financieros, en las

¹ Este registro se lo hace a través de la página de internet www.vuce.gov.co

aduanas en donde opera el sistema informático siglo XXI, los formularios se hacen por medio electrónico (Dirección de impuestos y aduanas nacionales, 2012: 16).

1.1.2. Procedimientos para exportar hacia Colombia por parte de Ecuador

En el proceso de exportación, se debe conocer la normativa legal del gobierno ecuatoriano para poder realizar la actividad de exportación. El gobierno de la República del Ecuador, a través de su legislación, exige que aquellas personas, sean naturales o jurídicas, que deseen realizar la actividad de exportación cumplan con una serie de trámites y requisitos para poder realizar dicha actividad y cumplir de dicha manera con las obligaciones tributarias y demás que exige la ley en el Ecuador.

Tal cual como en la legislación colombiana se necesita un registro para poder realizar los trámites y la actividad de importación, la normativa ecuatoriana exige que exista un registro de aquellas personas, sean naturales o jurídicas (a través de su representante legal), que deseen realizar la actividad de exportación consten con un registro. Para poder obtener este registro son necesarios una serie de documentos tales como el Registro Único de Contribuyentes (RUC), documento que se tramita en el Servicio de Rentas Internas (SRI). Una vez obtenido dicho documento, se debe adquirir un certificado digital para la firma digital, esto es otorgado a través del Banco Central del Ecuador. Como paso final de este registro, se debe entrar al portal web de ECUAPASS para de dicha forma completar el proceso de registro (Aduana del Ecuador, 2012: 1).

Para la exportación como tal se inicia con la transmisión electrónica de una declaración aduanera de exportación (DAE) la cual se la obtiene a través de sistema ECUAPASS, esta DAE podrá ser acompañada ante una factura o proforma y distinta documentación con la que se cuente previo al embarque. Hay que tomar en cuenta que la declaración no es solo una intención de embarque, esto más bien crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) por parte del exportador o declarante (Aduana del Ecuador, 2012: 1).

Existe una serie de documentaciones que deben acompañar a la DAE como requisitos para poder realizar la exportación. Estos documentos son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (Aduana del Ecuador, 2012: 1).

Dicha exportación consta de dos fases, una previa al embarque de los productos, sea vía marítima o aérea, llamada pre-embarque. La segunda etapa que se desarrolla después del embarque de las mercancías a ser exportadas, llamada fase de post-embarque.

FASE DE PRE-EMBARQUE

Esta etapa da comienzo con la transmisión y presentación de la orden de embarque, documento que indica los distintos datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana deberán enviar de forma electrónica a la SENAE la información de la intención de exportación, utilizando el formato electrónico de dicha orden de embarque. Los datos relativos a la exportación que se registrarán en dicha orden son: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Cuando la orden es aceptada por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador puede movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a zona primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final (Aduana del Ecuador, 2012: 1).

FASE DE POST-EMBARQUE

La fase de post-embarque se da una vez que la mercancía esté ya en la zona primaria. En esta etapa también se notificará que tipo de aforo se realizará con la mercancía a ser enviada, sea físico, documental o automático.

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias (Aduana del Ecuador, 2012: 1).

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada (Aduana del Ecuador, 2012: 1).

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada (ADUANA DEL ECUADOR, 2012: 1).

1.2. Las relaciones comerciales entre Ecuador y Colombia

Colombia colinda con Ecuador, mantiene buenas relaciones a nivel político y de especial manera en el ámbito comercial. El comercio que existe entre los dos hace que el primero sea el segundo socio comercial de Ecuador. La suscripción a distintos acuerdos que existen entre las dos naciones, tanto a nivel bilateral como multilateral – en distintas organizaciones de las cuales forman los dos parte como la CAN – han hecho que las facilidades para el comercio de servicios y bienes entre los cuales se encuentran las autopartes como las llantas.

1.2.1. Acuerdos comerciales bilaterales entre Ecuador y Colombia

Los acuerdos comerciales existentes entre Ecuador y Colombia, son documentos de restringida circulación (de acuerdo a los personeros de la oficina comercial de Colombia en Ecuador) puesto, que dicha información no puede ser difundida de manera pública. El único documento público que presenta un convenio económico y comercial entre las dos naciones es el Acuerdo de Cartagena que se da en el marco de la Comunidad Andina de Naciones. Este documento aparte de indicar la conformación de la CAN, tipifica también beneficios que se crean a través de una zona de libre comercio y una unión aduanera (Arellano, 2004: 7).

Antes de describir los acuerdos alcanzados en el convenio de Cartagena, cabe definir qué es la zona de libre comercio, la cual conforman los miembros de la CAN. De acuerdo a la misma Comunidad Andina, una zona de libre comercio es un espacio por donde las mercaderías, de los miembros de la zona, transitan libres sin el pago de impuestos y sin restricción alguna. Esta zona se forma eliminando aranceles y restricciones que se aplican a las importaciones originarias de la subregión, a los firmantes del documento para conformar esta zona de libre comercio, en el caso de este estudio aquellos que suscribieron del Acuerdo de Cartagena miembros de la Comunidad Andina de Naciones (Comunidad andina de naciones, 2010: 1).

Para poder promover el comercio intrarregional, en la cumbre de Quito de 1993 se decidió conformar una zona de libre comercio entre los miembros de la CAN, con el fin de dinamizar el comercio exterior existente entre Ecuador, Bolivia, Venezuela y Colombia, a los cuales se les unió Perú en 1997. En el inicio se formó un régimen de integración estipulado en el Acuerdo de Cartagena². La eliminación de tributos entre las naciones andinas se realizó poco a poco, de tal manera que el impacto de la apertura recíproca fuera mínimo aplicando el criterio de gradualidad del programa de liberación arancelaria (Comunidad andina de naciones, 2010: 1).

La liberación de los productos dentro de la zona de libre comercio estipulada a través del acuerdo de Cartagena es total. Todos los productos producidos en los distintos miembros de la CAN pueden entrar sin tributos ni restricciones a los demás miembros pertenecientes de esta organización (Comunidad andina de naciones, 2010: 1).

A diferencia de otros grupos regionales alrededor del mundo que se plantean la conformación de zonas de libre comercio como un fin en sí mismo como por ejemplo el tratado de libre comercio (TLC) con EEUU que negociaron y firmaron Colombia y Perú, grupo de los tres o el tratado de libre comercio entre los 3 países de América del Norte (NAFTA por sus siglas en inglés), la

² Es el documento de conformación del Pacto Andino, el cual conformaban Colombia, Ecuador, Bolivia, Perú y Venezuela. Este pasó después a ser la Comunidad Andina de Naciones.

Comunidad Andina la considera como un medio o un paso intermedio hacia una integración más profunda (Comunidad andina de naciones, 2010: 1).

La zona de libre comercio abrió oportunidades a las naciones andinas y permitió distintos beneficios tales como: crecimiento sostenido del comercio intracomunitario, el comercio dentro de la región se incrementó durante la vigencia de la zona de libre comercio; el incremento del componente manufacturero de exportaciones intracomunitarias, la CAN se consolida como el segundo mercado de destino de las exportaciones manufactureras de alto valor agregado dentro de los miembros de esta organización; el aprendizaje para competir en otros mercado, esto sirve para que el mercado andino sea una plataforma de aprendizaje para los empresarios de las naciones pertenecientes a la CAN con destino a mercados más sofisticados; la generación de empleo de calidad por parte de las exportaciones intracomunitarias, en este sentido las exportaciones manufactureras de valor agregado, que predominan en la CAN, generan empleo de calidad y aumentan los ingresos (Comunidad andina de naciones, 2010: 1).

Para que exista este intercambio sin restricciones se deben cumplir los requisitos, en el origen de las mercancías a exportar de manera intrarregional.

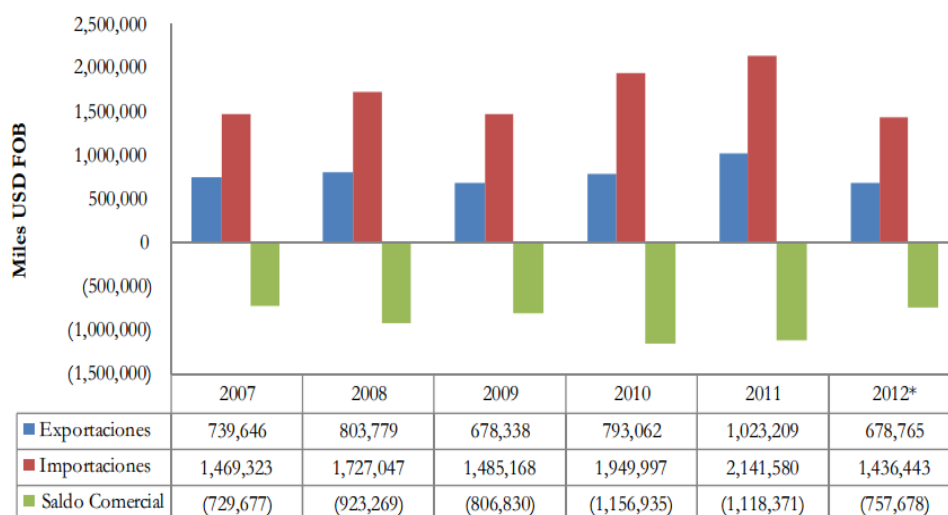
1.2.2. Situación de las relaciones comerciales existentes entre Ecuador y Colombia

Colombia es el segundo socio comercial de Ecuador, después de Estados Unidos. Entre enero y septiembre del año 2012 las ventas de productos ecuatorianos al mercado colombiano se ubicaron en 781,3 millones de dólares (frente a los 1.025,5 millones de todo el año 2011) y las compras en 1.668,8 millones (2.220,9 millones en el año 2011), según las cifras publicadas por el Banco Central del Ecuador. La mayoría del intercambio se produce por el puente internacional de Rumichaca, en la región andina que conecta la ciudad de Tulcán y la localidad colombiana de Ipiales (El comercio, 2012: 1).

Las cifras existentes en el comercio bilateral entre estas dos naciones, denotan que ha existido una balanza y saldo comercial deficitarios para Ecuador

en cuanto al comercio con Colombia, se importa más de ese destino que de lo que se exporta al mismo. Revisando las cifras de las exportaciones e importaciones hacia y desde Colombia entre los años 2007 y 2012, se puede ver que en el año 2007 las exportaciones se situaron en \$739.646 mientras que las importaciones fueron de \$1'469.323, lo que denota una diferencia de \$729.677, lo cual para el año 2012 no ha mejorado, teniendo en las exportaciones \$678.765 que se le han vendido a Colombia, mientras que Ecuador ha comprado de ellos una cifra de \$1'436.443, lo que da una diferencia entre las dos cifras de \$757,678 las dos siendo deficitarias para el Ecuador tanto en el año 2012 como en el año 2007 (Proecuador, 2012: 3-4).

GRÁFICO 1
BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR-COLOMBIA



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: PROECUADOR
Recuperado por: Mauricio Chávez Armijos

La oferta exportable de Ecuador y Colombia siempre se complementa. Cuando se habla de insumos y/o materias primas existen exportaciones de doble vía que permiten el dinamismo de las industrias de Ecuador y Colombia: plástico, químicos, etc., desde Colombia y metalmecánica y empaques desde Ecuador. En el tema de exportaciones de producto terminado se trata de complementar la oferta de cada Estado frente a una demanda mayor del mercado. Y en relación a terceros mercados es indudable que siempre habrá espacio suficiente para la oferta de los dos. (Barona, 2012, 22).

Entre los productos no petroleros que se exportan hacia Colombia por partida arancelaria son: vehículos diesel, de peso total con carga máxima inferior o igual a 4,537 t; cafés sin tostar, sin descafeinar; aceites de palma y sus fracciones; atunes en conserva; sardinas, sardinelas y espadines en salsa de tomate; automóviles de turismo de cilindraje entre 1.500 cm³ y 3.000 cm³; sacos (bolsas) y talegas para envasar de polipropileno; tableros de partículas de madera, cocinas de combustibles gaseosos; calzado impermeable que cubran el tobillo sin cubrir la rodilla; aceite de palma en bruto (Procuador, 2012; 5).

TABLA 1
PRODUCTOS NO PETROLEROS ECUATORIANOS EXPORTADOS
HACIA COLOMBIA

Partida	Descripción	2007	2008	2009	2010	2011	2012*
8704.21.10.90	LOS DEMÁS VEHÍCULOS DIESEL, DE PESO TOTAL CON CARGA MÁXIMA INF O IGUAL 4,537 T, NO CONTEMPLADOS EN OTRA PARTE	18,215	100,733	75,546	116,509	160,387	77,760
0901.11.90.00	LOS DEMÁS CAFÉS SIN TOSTAR, SIN DESCAFEINAR	5,603	10,582	33,904	34,162	83,510	47,113
1511.90.00.00	LOS DEMÁS ACEITES DE PALMA Y SUS FRACCIONES	5,586	17,636	33,396	28,677	38,232	32,224
1604.14.10.00	ATUNES EN CONSERVA	26,731	40,870	26,264	30,213	34,187	26,484
1604.13.1000	SARDINAS, SARDINELAS Y ESPADINES EN SALSA DE TOMATE	26,040	29,946	32,665	27,929	32,782	23,936
8703.23.10.90	LOS DEMÁS AUTOMÓVILES DE TURISMO DE CILINDRA ENTRE 1.500 CM ³ Y 3.000 CM ³	7,525	57,533	53,168	47,771	32,660	10,767
6305.33.20.00	SACOS (BOLSAS) Y TALEGAS PARA ENVASAR DE POLIPROPILENO	7,686	12,959	11,670	18,205	28,849	15,507
8703.23.90.90	LOS DEMÁS VEHÍCULOS A GASOLINA CILINDRADA ENTRE 1.500 CM ³ Y 3.000 CM ³ , NO CONTEMPLADAS EN OTRA PARTE	3,593	24,047	28,687	27,180	21,658	14,522
4410.19.00.00	LOS DEMÁS TABLEROS DE PARTÍCULAS DE MADERA	2,593	10,505	10,786	15,194	20,950	17,851
7321.11.19.00	LAS DEMÁS COCINAS DE COMBUSTIBLES GASEOSOS	1,176	16,285	13,993	14,702	18,218	12,534
6401.92.00.00	CALZADO IMPERMEABLE QUE CUBRAN EL TOBILLO SIN CUBRIR LA RODILLA	15,518	11,083	11,426	14,290	18,055	6,289
1511.10.00.00	ACEITE DE PALMA EN BRUTO	0	0	16,968	11,036	17,944	27,064
	DEMÁS PRODUCTOS	615,067	467,632	327,554	404,467	512,737	363,994
	TOTAL NO PETROLERO	735,334	799,812	676,027	790,335	1,020,170	676,046

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: PROECUADOR

Recuperado por: Mauricio Chávez Armijos

Los flujos de inversión de Ecuador hacia Colombia han aumentado entre los años 2009 y 2011 al pasar de US\$6,6 millones a US\$17,6 millones, siendo este el pico más alto de la inversión extranjera directa de Ecuador en Colombia. De acuerdo con la información del Banco de la República, desde el año 2009 hasta el año 2012, las inversiones que ha hecho el Ecuador hacia Colombia se han concentrado en los sectores financiero, comercial e inmobiliario y en el primer trimestre del año 2012 (US\$2,7 millones) se habían incrementado casi

cuatro veces en comparación con el mismo período del año 2011 (US\$9,9 millones) (Proexport, 2012: 1).

1.3. Normativa en el Marco de la Comunidad Andina de Naciones

Ecuador y Colombia, al formar parte de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), tienen ventajas para el comercio entre las dos naciones, tales como las preferencias arancelarias, también debe cumplir los requisitos que especifican los cuerdos de la CAN acerca del comercio entre sus miembros, tales como las normas de origen.

1.3.1. Normas de origen de acuerdo a la CAN

Para poder comercializar las mercancías, con mayor valor agregado o industrializadas, entre los miembros de la Comunidad Andina existe una serie de normas que se deben cumplir en el origen de los componentes del producto. La CAN posee sus propias normas para la valoración del origen de las mercancías. Esta normativa es adoptada por medio de la Decisión 416 de julio de 1997. En dicha normativa se establecen los distintos criterios que deben cumplir las mercancías para que estas puedan ser consideradas como originarias de un miembro de la CAN y, a través de ello, beneficiarse de las ventajas que le otorga el mercado ampliado (Quishpe, 2013: 4).

Las normativas de origen son criterios necesarios para poder determinar la procedencia de un producto que puede ser nacional o regional. Su importancia se expone porque los derechos y las restricciones que se aplican a la importación de bienes pueden variar de acuerdo al origen de los productos. (World customs organization, 2013: 1).

Las normas de origen sirven para garantizar que las preferencias arancelarias, estipuladas en un acuerdo comercial, se las aplique de manera exclusiva a los que suscriben dicho acuerdo o a las naciones que reciben un tratamiento preferencial otorgado por los países desarrollados. Estas normas son útiles porque facilitan el control de las autoridades de control aduanero y

comercial con el fin de evitar que las preferencias arancelarias que se las aplican a determinados países sean aprovechadas por las mercancías producidas en terceros no beneficiarios de las preferencias estipuladas (Salvato, 2007: 7).

Las normas de origen son fundamentales para asegurar que los beneficios del mercado ampliado alcancen sólo a los productos de aquellos estados que se comprometen en un proceso de integración. A través de ellas, se establecen las condiciones mínimas que debe cumplir una mercancía para ser considerada originaria. Las Entidades y Funcionarios habilitados en los miembros para emitir certificados de origen son notificados a la Secretaría General, esta información se actualiza en el “Sistema Andino de Firmas Autorizadas para la calificación y certificación del origen” (Salvato, 2007: 7).

Para poder poner en marcha los beneficios estipulados en el Acuerdo de Cartagena a través del programa de liberación y de acuerdo a lo estipulado en la decisión 416 de la CAN, serán consideradas originarias del territorio de cualquier país miembro, las mercancías que hayan sido elaboradas con materiales originarios del territorio de los países miembros de la CAN en su totalidad. También son consideradas como originarias aquellas mercancías que no se les han fijado requisitos específicos de origen, cuando estas hayan salido de un proceso de ensamblaje o montaje, siempre y cuando que en su elaboración se utilicen materiales originarios del territorio de alguno de los países miembros de la CAN y, que el valor CIF de los materiales no originarios no sea mayor al 50 por ciento del valor FOB de exportación del producto para Colombia y del 60 por ciento del valor FOB de exportación del producto para Ecuador (Comisión de la comunidad andina, 1997: 2).

Existen también requisitos para aquellas mercancías cuyos procesos de producción o transformación que no se consideran para que las mercancías sean tomadas como originarias de la región. Entre los procesos que entran en esta categoría son las manipulaciones simples que están destinadas a asegurar la conservación de las mercancías cuando dure el transporte o almacenamiento, entre estos procesos se encuentra la aeración, la refrigeración, la adición de sustancias, la salazón, la extracción de partes averiadas y operaciones similares.

Otras operaciones que no sean un completo proceso de cambio o transformación tampoco son tomadas en cuenta, operaciones tales como el desempolvamiento, el lavado o limpieza, el zarandeo, el pelado, el descascaramiento, el desgrane, la maceración, el secado, el entresaque, la clasificación, la selección, el fraccionamiento, el cribado, el tamizado, el filtrado, la dilución en agua, el pintado y recortado (Secretaría general de la comunidad andina, 2000: 81).

Otros procesos que tampoco son tomados en cuenta para considerar una mercancía originaria son: la formación de juegos de mercancías; el embalaje, envase o reenvase; la reunión o división de bultos; la aplicación de marcas, etiquetas; mezclas de productos siempre y cuando las características del producto obtenido no sean diferentes de las características de los productos que han sido mezclados; el sacrificio de animales; la aplicación de aceite y la acumulación de dos o más de estas operaciones son procesos que no son tomados en cuenta al momento de valorar el origen de un producto que es elaborado. Todo debe estar regido por el artículo 4 de la decisión 416 (Comisión de la comunidad andina, 1997: 4).

El cumplimiento de las normas y de los requisitos específicos de origen debe ser comprobado, esto se lo realiza por medio de un certificado de origen, el cual es emitido por las autoridades competentes de los gobiernos de cada país miembro o también a través de las entidades habilitadas por los gobiernos de los países miembros. Una declaración juramentada, la cual debe ser suministrada por el productor, debe ser presentada ante las autoridades competentes para poder tramitar el certificado de origen necesario para el trámite de exportación dentro de la CAN. En el caso de que el productor sea distinto al exportador, el productor será el encargado de suministrar la declaración jurada de origen a las autoridades gubernamentales competentes o las entidades habilitadas. La declaración del productor tendrá una validez no superior a dos años, a menos que antes de dicho plazo se modifiquen las condiciones de producción Comisión de la comunidad andina, 1997: 4).

1.3.2. Planillas A y B

La Secretaría General de la Comunidad Andina publicó un acuerdo sobre los procedimientos para la Implementación del Requisito Específico de Origen del Sector Automotor. Este acuerdo se lo estipula en la resolución 336, del 10 de enero del año 2000. A través de este acuerdo suscrito por los Gobiernos de Colombia, Ecuador y Venezuela en el marco del Acuerdo de Cartagena se implementó el procedimiento para la calificación de materiales originarios de la subregión que se utilicen o vayan a utilizarse en los vehículos automotores que se ensamblan en los países miembros de la CAN. (Alegrett, 2000: 3).

Para que las empresas de ensamble automotriz, o de producción de autopartes, que quieran exportar sus productos a los demás países miembros de la CAN puedan acogerse al programa de liberación arancelaria estipulado en el acuerdo de Cartagena, deben cumplir las normas específicas de origen establecidas a través de acuerdos de la CAN. Dichas normas contemplan un requisito de un porcentaje mínimo de insumos utilizados para la elaboración del producto final. Este porcentaje se lo aprueba a través de documentos llamados “Planillas A y B” (Plata, 2007: 29-30).

Los requisitos específicos de origen que imponen los países miembros de la CAN y que se especifican a través de la resolución 323 de la CAN se especifican a través de las planillas A y B. Estos documentos constan del porcentaje de los distintos insumos utilizados en la elaboración de los productos y de una serie de requisitos para cada una de las planillas (Alegrett, 2000: 4).

La planilla A o también denominada como “Informe para Obtener la Calificación de Material Originario de la Subregión” es aquel informe que indica el porcentaje de material originario de la subregión utilizado para el ensamble o elaboración de los automotores. Se debe dar cumplimiento a un porcentaje de integración subregional -IS- el cual se calculará de acuerdo a la categoría del

automotor establecido en la resolución 323³ y por períodos anuales conforme a la siguiente fórmula: $IS = [MO / (MO + MNO)] \times 100$ ⁴ (Comunidad andina, 2000: 2).

En la planilla se especifican los materiales que son utilizados tanto originarios de la subregión así como aquellos que han sido importados de países fuera de la subregión. En la primera parte se coloca la descripción del material originario de la subregión según las órdenes de compra de la ensambladora que los requiera de manera conjunta con la sub-partida arancelaria NANDINA así como el número de parte que la ensambladora de al material originario de la subregión y el precio de venta del material⁵ en la moneda nacional del país donde se diligencie el informe y sin incluir el valor del impuesto al valor agregado (Comunidad andina, 2000: 3).

Para la segunda parte de la planilla, donde se especifican los materiales importados, se describe los componentes utilizados tal como aparece en el documento de importación al igual con la sub-partida arancelaria NANDINA de cada componente. La diferencia con la sección anterior es que el precio de los componentes se lo coloca en valor CIF por unidad de materiales originarios de la subregión de los materiales importados. Se debe tomar en cuenta que los materiales importados son las materias primas, productos intermedios y piezas incorporadas en la elaboración de los materiales originarios de la subregión (Comunidad andina, 2000: 3).

Dentro de esta planilla se realiza el cálculo del origen de los materiales originarios de la subregión para saber qué porcentaje del material es originario y

³ La CAN establece en la resolución 323 dos categorías de automotores: Categoría 1: Comprende los vehículos para el transporte de pasajeros hasta de 16 personas, incluido el conductor; y los vehículos de transporte de mercancías de un peso total con carga máxima inferior o igual a 4 537 toneladas (o 10 000 libras americanas), así como sus chasis cabinados. Categoría 2a: Comprende los vehículos con carrocería para el transporte de pasajeros de más de 16 personas, incluido el conductor. Categoría 2b: Comprende los demás vehículos no incluidos en las categorías 1 y 2a.

⁴ La nomenclatura de dicha fórmula es la siguiente, IS: Integración subregional. MO: Sumatoria del valor de los materiales originarios de la Subregión, incluyendo CKD compuesto por partes o piezas originarias. MNO: Sumatoria del valor de los materiales y CKD no originarios de la Subregión.

⁵ Es el precio consignado en la última factura de compra de la ensambladora. En el caso de que no existiese dicha factura, se lo hará con el precio consignado en la última orden de compra enviada por el vendedor a la ensambladora.

que porcentaje de dicho material está compuesto de insumos importados de fuera de los países miembros de la CAN (Comunidad andina, 2000: 4). Par calcular el origen se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{Origen} = \frac{\text{VU}}{\text{PV}} \times 100^6.$$

A través de este cálculo las autoridades competentes de los países miembros de la CAN pueden calificar estos certificados de origen para permitir la exportación de los vehículos ensamblados por las distintas empresas dentro de la CAN (Comunidad andina, 2000: 4).

El otro documento a presentar es la planilla B o conocida como “Calificación de Material Originario de la Subregión”. Este informe es un resumen de lo plasmado en la planilla A en donde, al igual que en la planilla A se plasma la sub-partida arancelaria NANDINA con la descripción del material originario de la subregión, el número de parte asignado por la ensambladora y al final el porcentaje resultante del cálculo de Origen con los datos de la planilla A (Comunidad andina, 2000: 5).

Como adjunto a estos documentos se presentan fichas técnicas las cuales indican el porcentaje y el valor CIF de los distintos insumos, materiales medios o materias primas, tanto importados como de la subregión, que se utilizan para la elaboración del material originario de la subregión. Estas fichas técnicas son el documento de respaldo en donde se verifica que la información presentada en las planillas A y B sea verídica. Con la información contenida en las fichas se puede constatar el valor del porcentaje de contenido originario de la subregión poseen los materiales utilizados en el ensamble de vehículos en los países miembros de la CAN (Bohórquez, 2013).

⁶ La nomenclatura de la fórmula es: Σ VU: Sumatoria del Valor CIF Unitario de los materiales importados PV: Precio de Venta de la autoparte.

1.3.3. Convenio de complementación del sector automotriz

En aras de crear una mayor integración entre los países miembros de la CAN, esta ha impulsado la integración de los sectores productivos dentro de la región. Uno de los sectores en donde mayor interés se ha puesto es el del sector automotor al definir y aprobar una política común para este sector. A través de este impulso de la Comunidad Andina se busca sentar las bases para desarrollar una industria automotriz competitiva y eficiente, capaz de penetrar otros mercados fuera de la región (Ramírez et al., 1999: 2-4).

Para poder lograr la integración deseada en el sector automotor los gobiernos de Colombia, Ecuador y Venezuela suscribieron en noviembre de 1993 el Convenio de Complementación Industrial en el Sector Automotor. Este fue ampliado en mayo 1994 y actualizado en setiembre de 1999. Este documento dicta las normas básicas para poder fomentar el crecimiento del sector automotor de la región, con los requisitos para poder promover el comercio y producción de vehículos en los países de la CAN. El objeto de este acuerdo es la adopción de una política comunitaria la cual tiene como finalidad facilitar la articulación entre los productores de vehículos de los países que suscriben este acuerdo. Se busca, de igual manera, aprovechar los mercados ampliados de la región, así como propiciar condiciones equitativas de competencia en el mercado subregional y un aumento de la competitividad y la eficiencia (Ramírez et al., 1999: 2-4).

La puesta en vigencia de este convenio hizo posible que se creasen instrumentos que den beneficios al sector automotor de la subregión. Dichos instrumentos creados a través del convenio son: la adopción de un arancel externo común aplicable a los vehículos importados y, la aprobación de una política común en el ensamblaje de los vehículos automotores (Ramírez et al., 1999: 2-4).

De acuerdo a los miembros de la CAN, los efectos económicos y sociales de la política planteada a través de este convenio se tradujeron en el crecimiento del comercio y el desarrollo de la industria subregional. Tal fue el impacto en el

sector y en la subregión que los productos automotrices, vehículos y autopartes se llegaron a constituir en el principal intercambio comercial en la Comunidad Andina (Ramírez et al., 1999: 1).

Con el fin de poner atención a las nuevas exigencias provenientes de compromisos internacionales y negociaciones comerciales regionales, para poder dar impulso al sector automotor, los países suscriptores del convenio deciden actualizar el convenio firmado en 1993. Para poder ser compatible con lo estipulado por la Organización Mundial del Comercio (OMC), se incluyeron nuevas fórmulas que exigían un contenido subregional en la producción local. En la actualización del convenio se dicta que bastará el cumplimiento del requisito específico de origen, para que los vehículos ensamblados por los productores andinos tengan libre acceso al mercado subregional (Ramírez et al., 1999: 1).

Aparte de los cambios realizados en el convenio, existieron puntos que volvieron a ser ratificados como aquel del arancel externo común. Este arancel es de 35 por ciento para los vehículos de la categoría 1⁷ que estipula este convenio, estas son las unidades livianas con una capacidad máxima de 16 personas y las de un máximo de 4,5 toneladas de capacidad de carga. Para las unidades de la categoría 2⁸, los denominados vehículos pesados (los que superan la capacidad máxima estipulada), el arancel externo común será del 15 por ciento en el caso de Colombia y Venezuela y de 10 por ciento en el de Ecuador (Ramírez et al., 1999: 2).

En el acuerdo se señalan también compromisos que realizan los países firmantes tales como autorizar sólo la importación de vehículos y autopartes nuevos. A través de esta medida se busca garantizar condiciones mínimas de seguridad, de protección del medio ambiente, defensa del consumidor y propiedad industrial. Estas normas han ido evolucionando desde la firma de este acuerdo, poniendo mayores exigencias para la importación de vehículos (Ramírez et al., 1999: 2).

⁷ Id 3

⁸ Id 7

Una de las ventajas de la firma del convenio es fortalecer la posición negociadora de la CAN frente a los acuerdos regionales y a su vez adecúa a la industria automotriz andina frente a las distintas exigencias internacionales del sector. Además, cambia el requisito de desempeño por norma de origen y precisa las atribuciones del Comité Automotor, integrado por los representantes de cada uno de los países participantes (Ramírez et al., 1999: 2-4).

Colombia es el segundo socio comercial del Ecuador dada la cercanía geográfica que poseen los dos países, si bien las relaciones con Colombia han sido deficitarias, se mantiene un índice de crecimiento en cuanto al comercio entre las dos naciones, con inversiones de capital tanto de un lado como del otro. Dentro del ámbito de estudio del trabajo, el comercio de autopartes desde Ecuador a Colombia es factible dadas las normas que rigen de libre comercio por el acuerdo de Cartagena, del cual las dos naciones son firmantes, en donde se crea una zona de libre comercio en la cual los productos de cada miembro de la CAN pueden entrar libres de aranceles a cualquier país miembro de la CAN.

Para poder acceder a estos beneficios se deben cumplir requisitos impuestos por este organismo internacional, entre los cuales entran las normas de origen, se establecen los criterios que deben cumplir las mercancías para que estas puedan ser consideradas como originarias de un miembro de la CAN, serán consideradas originarias del territorio de cualquier país miembro, las mercancías que hayan sido elaboradas con materiales originarios del territorio de los países miembros de la CAN en su totalidad. También son consideradas como originarias aquellas mercancías que no se les han fijado requisitos específicos de origen, cuando en la elaboración del producto se utilicen materiales originarios del territorio de alguno de los países miembros de la CAN y, que el valor CIF de los materiales no originarios no sea mayor al 50 por ciento del valor FOB de exportación del producto para Colombia y del 60 por ciento del valor FOB de exportación del producto para Ecuador.

Adicional a lo planteado en el ámbito automotriz se imponen también normas, las cuales dictan que todo vehículo producido en la subregión andina

debe cumplir con los requisitos de origen impuestos por la CAN y cada gobierno para poder comercializar los vehículos a los países de la zona andina. Esto se lo constata a través de las planillas A y B que son los documentos que constatan la utilización de materiales originarios de la subregión andina.

CAPÍTULO II

LA PRODUCCIÓN DE VEHÍCULOS DE PASAJEROS Y CAMIONETAS ENSAMBLADOS EN COLOMBIA

2.1. SOFASA

Sociedad de Fabricación de Automotores S.A. (SOFASA por sus siglas) es una empresa colombiana fundada en 1969 encargada del ensamble de los automóviles Renault en ese país. Fue la primera empresa en producir el Renault Logan en el continente Americano. Además del Logan, también se fabrican los automóviles Renault Clio, Renault Sandero y Renault Duster. Antes se ensamblaban las camionetas Toyota Prado, Land Cruiser, Hilux y los camiones Daihatsu Delta, de los cuales se exportaba gran parte a los mercados de Venezuela y Ecuador. En el periodo de estudio las Acciones de SOFASA pertenecen en su mayoría a Renault (Naranjo, 2013).

2.1.1. Producción de vehículos

La ensambladora SOFASA, desde el año 2010 ha tenido una producción variada en cuanto a modelos de autos, dentro de su línea de producción existen 5 modelos de vehículos que se ensamblan en la planta de producción de Envigado en Medellin (Naranjo, 2013).

SOFASA ensambla CKD de modelos de Renault tales como el Clio, el Twingo, Logan, desde el año 2011 comenzó la producción del modelo Sandero y en el año 2012 se masificó la producción del Duster H79 y empezó en ensamble de la variación del Sandero el Stepway (Naranjo, 2013).

TABLA 2
PRODUCCIÓN DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA SOFASA
PERIODO 2010-2012 (UNIDADES)

Ensambladora	Modelo	2010	2011	2012
RENAULT	CLIO	1.312	831	1.245
	DUSTER H79	0	16	11.080
	SANDERO X90	13.265	10.348	15.675
	TWINGO	5.591	6.166	2.773

	LOGAN	11.457	17.173	10.495
Total RENAULT		31.625	34.534	41.268

Fuente: FAVENPA

Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

Según las cifras presentadas en el cuadro de producción de la ensambladora, la producción de vehículos ha ido aumentando en el periodo de tiempo tomado para la elaboración de esta investigación. Dicho aumento se debe al incremento del número de modelos que se producen en la planta de Envigado. Aparte de los modelos que se ensamblaban desde antes del año 2010 como el Clio, el Logan y el Twingo la puesta en marcha de la producción de los modelos Duster y Sandero, hizo que la producción de SOFASA aumente en 9,20% en el año 2011 y de 30,49% en el año 2012 en comparación a lo que fue producido en el año 2010.

Otra forma de apreciar la evolución de la producción que ha tenido la ensambladora de Renault en Colombia es a través de un vistazo de cómo ha ido evolucionando la producción de cada uno de los modelos de Renault ensamblados en Colombia durante el periodo tomado para la investigación.

Cada uno de estos modelos ensamblados con características técnicas diferentes ha tenido una evolución distinta en cuanto a unidades producidas.

Renault Twingo: este es un automóvil del segmento A⁹ el cual comenzó a ser producido desde el año 1993 en Francia. Es cuatro plazas con carrocería hatchback de tres puertas, motor delantero transversal de cuatro cilindros en línea y tracción delantera. Este modelo utiliza como medida de sus llantas 145/80R15¹⁰ (Nigrinis, 2013:1).

⁹ El segmento A es un segmento de automóviles que se ubica por encima de los microcoches y por debajo del segmento B. Estos vehículos miden entre 3,30 m y 3,70 m de largo y tienen espacio suficiente para cuatro adultos, a diferencia de un microcoche que sólo tiene lugar para dos personas.

¹⁰ 145: ancho de la llanta, 80: porcentaje del alto de la llanta en relación al ancho, R15: rin de la llanta (medida en pulgadas del radio de la circunferencia interna de la llanta).

Renault Clio: es un automóvil perteneciente al segmento B¹¹. En su frontal destaca una abertura cuya función parece ser aerodinámica pero que recuerda a la que existía en la segunda gama de Clío, en su primera versión. A partir de noviembre del año 2010 los motores 1.5 cc de cilindraje de 85 caballos de fuerza cambiaron para ser de 90 caballos de fuerza y el 1.5 cc de cilindraje cambia para ser de 105 a 110 caballos de fuerza. La medida que utiliza el modelo en cuanto a llantas es la 185/60R14 (Lasheras, 2010: 1).

Renault Logan: este modelo es un automóvil perteneciente al segmento B y categorizado como vehículo de turismo. Este vehículo fue diseñado para arrancar en las zonas más frías de Rusia, fabricado para aguantar los calores más extremos como los del Golfo Pérsico o para rodar por las carreteras más maltratadas como las de Europa del Este, África del Norte y Sudamérica. Este modelo utiliza la medida 185/65R15 en las llantas con las cuales sale de fábrica (Costas, 2012: 1).

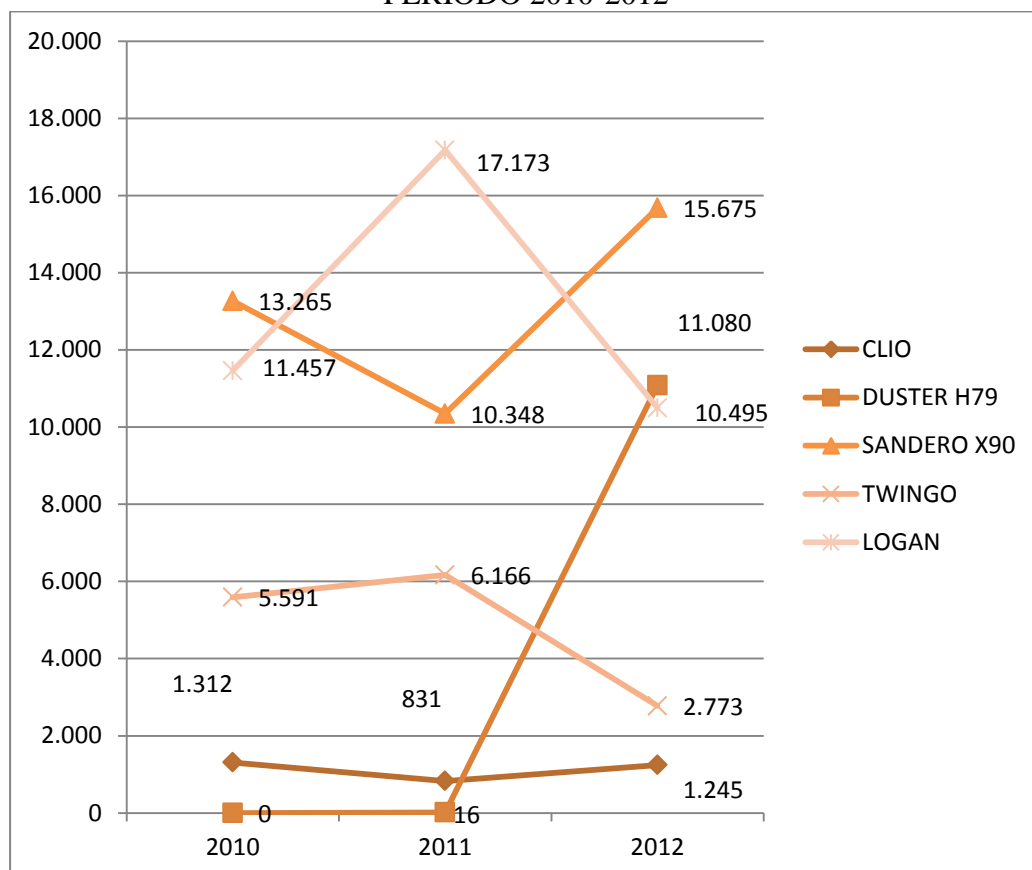
Renault Duster es un automóvil todoterreno del segmento B. Este prototipo conceptual se caracterizaba por ofrecer un considerable espacio interior de 470 litros, en un chasis compacto. Este prototipo se equipaba con un motor eficiente, que emitía 139 gramos de dióxido de carbono por kilómetro y un consumo de combustible de 5,3 litros por cada 100 kilómetros. Este modelo utiliza la media de llantas 215/65R16 (Epifanio, 2011: 1).

Renault Sandero: Utiliza la plataforma B de Renault. El diseño exterior del Sandero es distinto al del Logan, aunque comparte numerosas piezas del interior y mecánicas. Los motores gasolina son un 1.0 litros de cuatro válvulas por cilindro y 70 CV, un 1.6 litros de dos válvulas por cilindro y 90 CV y un 1.6 litros de cuatro válvulas por cilindro y 105 CV. En Colombia se comercializa desde noviembre del año 2009, con modificaciones en la caja de cambios, suspensión y motor hacen que SOFASA Colombia lo comercialice como Renault Stepway, suprimiéndolo de la referencia Sandero. Las motorizaciones

¹¹ estos vehículos rondan los 4,00 m en carrocería hatchback, monovolumen o todoterreno, 4,25 m en el caso de carrocerías sedán y familiar. Los motores son casi siempre de cuatro cilindros y sus cilindradas suelen ser de entre 1.0 y 2.0 litros.

utilizadas en Colombia son: para la versión Automática, Stepway y GT Line el motor 1,6 L 16 válvulas de 110 HP. Utiliza Como medida de sus llantas la 185/65R15 (Konstantonis, 2012: 1).

GRÁFICO 2
PRODUCCIÓN DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA SOFASA
PERIODO 2010-2012



Fuente: FAVENPA

Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

Para empezar con aquellos modelos que más tiempo ha estado en producción en la ensambladora, se aprecia que el Clio es el modelo de menor evolución en cuanto a unidades producidas desde el año 2010 al año 2012. Dicha disminución de las unidades producidas del modelo Clio fue suplantada con la aparición de los modelos Sandero y Duster. Los modelos son aquellos de mayor evolución tales como el Sandero, esto se da debido a la evolución de la demanda que ha existido de estos modelos. En cuanto a los modelos Twingo y Logan, dado al aumento en la cantidad de unidades producidas del año 2010 al año 2011, para el año 2012 tuvieron una caída en cuando al número de unidades que

se produjo y que salieron al mercado. Dicha disminución de la producción no tuvo mayor repercusión en la ensambladora por el mayor número de unidades producidas de Sandero y de Duster. Toda esta evolución se la puede apreciar de mejor manera en el gráfico 2.

Dadas las restricciones que existieron en el año 2012 de las partes originales por parte de la CAN, que mermó la producción de vehículos en Colombia, la cantidad de autos producidos por SOFASA no se ha visto mermada y por el contrario ha aumentado debido a los hechos (El tiempo, 2012: 1).

2.1.2. Venta de vehículos

SOFASA es segunda empresa ensambladora en ventas de autos en toda Colombia, detrás de COLMOTORES (cómo se lo verá a través de los datos de ventas de SOFASA y de COLMOTORES), la cual, dadas las distintas restricciones impuestas por la CAN y los distintos acuerdos comerciales firmados por el gobierno colombiano con Estados Unidos y con Corea, ha tenido un crecimiento en sus ventas año tras año. En los años tomados para la presente investigación se aprecia el crecimiento que ha tenido la ensambladora, lo que ha hecho posible la incorporación de nuevos modelos para la producción y el crecimiento de la ensambladora (Lozano, 2012: 1).

SOFASA comercializa autos importados de otras ensambladoras y productoras de autos Renault alrededor del mundo, así también como aquellos modelos que son ensamblados en Colombia (Naranjo, 2013). La investigación se centrará en aquellos vehículos que son ensamblados en Colombia tales como el Logan, Duster, Twing, Sandero y Clio.

El desarrollo de las ventas dentro del periodo del año 2010 al año 2012 es variable con puntos de algidez como fue en el año 2011 y periodos de descenso como pasó en el año 2012 cuando las ventas cayeron dados distintos factores que incidieron en la evolución comercial de los autos de la marca Renault.

TABLA 3
VENTA DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA SOFASA PERIODO
2010-2012

Modelos	2010	2011	2012
Clio	1.342	845	1.390
Duster	0	7.597	14.680
Logan	11.466	16.934	9.139
Sandero	13.274	10.305	8.414
Twingo	5.595	6.780	2.781
Total general	31.677	42.461	36.404

Fuente: FAVENPA

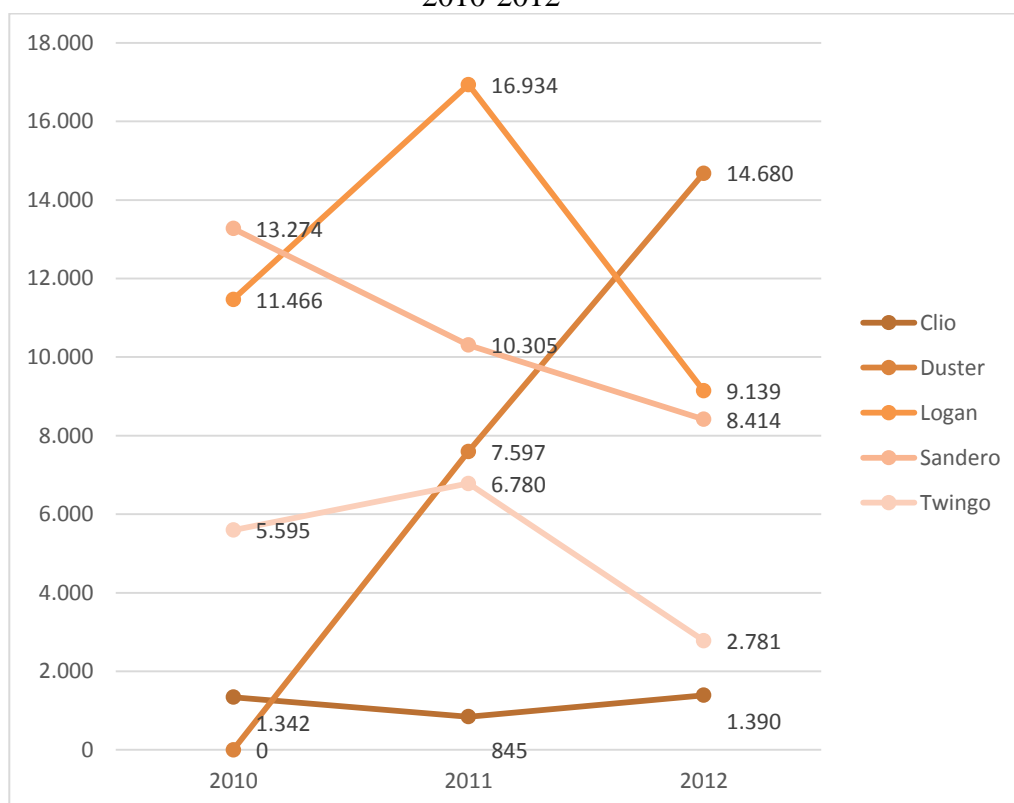
Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

De acuerdo al número de unidades vendidas en el periodo del año 2010 al año 2012, el mayor crecimiento fue en el año 2011. Hubo una menor producción existente en dicho año, en comparación al año 2012 las ventas de unidades fueron mayores que en el año 2010 y que el año 2012. Al finalizar el año 2011 las ventas de unidades producidas por SOFASA fue de un 34% en comparación al cierre del año 2010, dado por las ventas del Renault Logan. Para el cierre del año 2012 dadas las condiciones del mercado colombiano, por sus Tratados de libre comercio, las regulaciones dadas por el gobierno colombiano y las tasas de interés para la adquisición de autos que aumentaron, las ventas cayeron en un 14,3% (Lozano, 2012: 1).

En el año 2012, los tres modelos más vendidos de la marca estuvieron en el Top 10 de los más vendidos en el país. La familia del Nuevo Renault Sandero lideró durante todo el año el segmento de los hatchback compactos, en el que consolidó su liderazgo cerrando el año 2012 con 8.414 unidades comercializadas y fue la más vendida en Colombia. El Nuevo Renault Logan tuvo una mayor consolidación dentro del mercado colombiano automotriz, alcanzó un total de 9.139 unidades vendidas y ocupó el cuarto puesto en el Top 10. De la Nueva Renault Duster se vendieron 14.680 unidades, cifra que ratifica su liderazgo en el segmento de las SUV y la ubica como el sexto vehículo más vendido en Colombia.

La renovación de los modelos dentro de la compañía fue un factor preponderante para la ascensión de las ventas del año 2010 al año 2011 y a no tener una baja en cuanto a índice de ventas en unidades para el año 2012. La renovación del portafolio de modelos que ofrece la empresa ha hecho que las ventas crezcan y que aquellos nuevos modelos se consoliden en el mercado Colombiano, entrando en el top 10 de los autos más vendidos en Colombia (Autos de primera, 2013: 1).

GRÁFICO 3
VENTA DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA SOFASA PERIODO
2010-2012



Fuente: FAVENPA

Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

Para tener un mayor acercamiento acerca de las ventas de la ensambladora, se debe realizar un análisis de las ventas de cada uno de los modelos que ensambla y comercializa SOFASA. El Modelo de mayor evolución en cuanto a ventas es el Duster, el cual sostuvo las ventas de Renault durante el año 2012 y el único que ha tenido un aumento progresivo de sus ventas desde el

año 2011 que fue su lanzamiento. En cuanto al modelo Clio, se denota el descenso en el interés de los compradores hacia dicho modelo, dada la menor cantidad de modelos vendidos en comparación a los otros producidos en SOFASA, esto va acorde con la disminución de producción que ha tenido dentro de la planta. Los demás modelos como el Twingo y el Logan han tenido una variación en sus ventas entre los años 2010 y 2012 dadas las condiciones del mercado. En cuanto al Sandero las ventas han tenido un descenso progresivo desde el año 2010 de 47% al año 2011 y de 46% en el año 2012.

2.2. COLMOTORES

GM Colmotores es uno de los fabricantes y ensambladores de automóviles con base en Bogotá, Colombia. Esta empresa entra en funcionamiento en el año de 1956 elaborando autos de la marca Austin, pasando por la elaboración de autos Chrysler hasta 1979 cuando General Motors adquiere la compañía. En el año de 1981, a las instalaciones y a la misma compañía se le cambiaría la razón social de Colmotores a la de GM Colmotores. Desde entonces se han manufacturado, bajo licencia o cesión de copyright's, una los modelos de las marcas de General Motors, GM Daewoo, Isuzu, Suzuki, SAIC Motor y de Opel para el mercado local, todos los cuales se comercializan bajo el logo y marca de Chevrolet (Naranjo, 2013).

Durante los años de operación se han ensamblado camiones, buses, camperos, carros particulares y de servicio público. GM Colmotores ensambla 45 versiones de vehículos en 12 plataformas diferentes, ocupando el primer lugar de la automotriz colombiana y también uno de los primeros puestos entre las empresas más grandes del país (Naranjo, 2013).

2.2.1. Producción de los vehículos Chevrolet de COLMOTORES

COLMOTORES es la mayor ensambladora de autos a nivel de Colombia y también aquella que mayor número de modelos introduce al mercado automotor colombiano. Todas sus operaciones son manejadas desde su planta ensambladora en las afueras de la ciudad de Bogotá. Esta es la planta

ensambladora de autos más grande en Colombia y aquella que mayor proyección tiene hacia convertirse en una productora neta de los vehículos que ensambla, proyecto el cual concluirá en el año 2013 (Revistae-go, 2013, 1).

COLMOTORES es la ensambladora de los autos de la empresa General Motors con su marca Chevrolet, de la cual arma el CKD de los modelos Aveo, Aveo Emotion, Optra y Spar, los cuales son los modelos más antiguos dentro de la compañía. Para el año 2011 comenzaron con la producción de otro modelo de la familia Spark, el Spark GT y para el año 2012 salieron con nuevos lanzamientos de los modelos Sail y Cobalt (Naranjo, 2013).

TABLA 4
PRODUCCIÓN DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA
COLMOTORES PERIODO 2010-2012 (UNIDADES)

Marca	Modelo	2010	2011	2012
CHEVROLET	AVEO	24.467	27.472	12.614
	AVEO EMOTION	4.746	9.037	4.150
	COBALT	0	0	1.363
	OPTRA	5.364	3.810	2.705
	SAIL	0	0	7.927
	SPARK	22.093	33.504	21.451
	SPARK GT	0	500	1.633
Total CHEVROLET		56.670	74.323	51.843

Fuente: FAVENPA

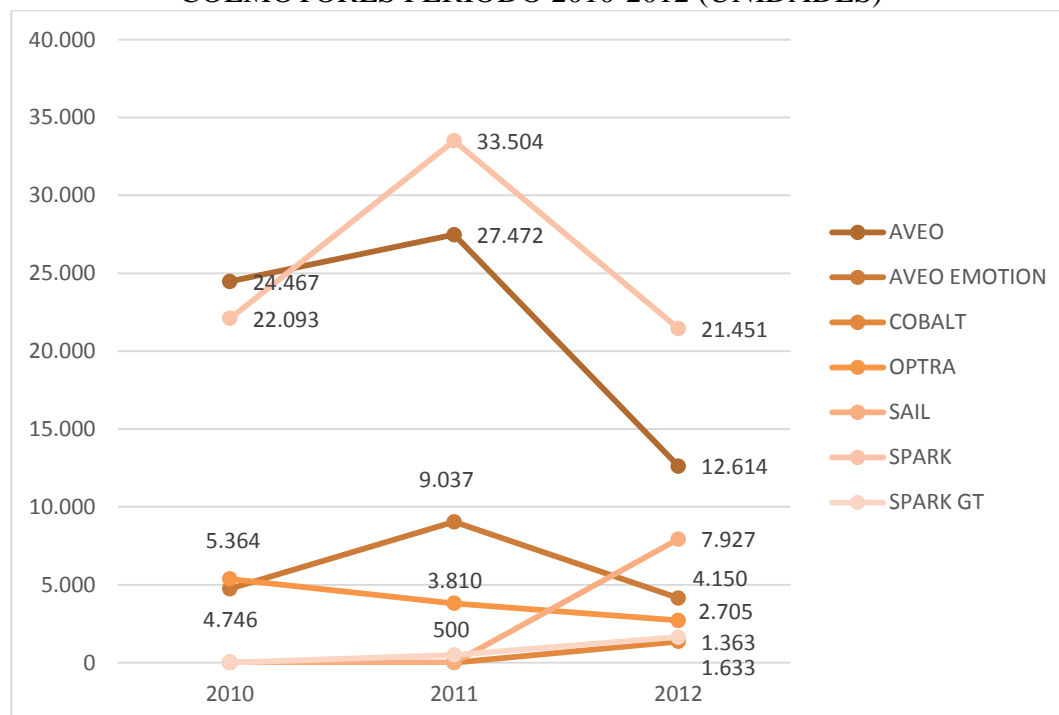
Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

Las cifras de producción en la ensambladora COLMOTORES durante el periodo de estudio han sido variables de un año a otro. El año 2012, si bien fue en el que un mayor número de modelos se ensamblaron en la planta fue aquel de menor producción en comparación a los años anteriores. Al analizar en términos cuantitativos dicha baja fue de un 8,5% en relación al año 2010 de un 30,3% en

cuanto al año 2011. En cuanto a la situación del año 2011, una mayor cantidad de unidades, en comparación a los otros dos años del periodo tomado para la investigación, denota la situación que tuvo la industria automotriz colombiana, teniendo record de producción en la historia de la industria automotriz en Colombia (Quiroga et al, 2012: 36). El aumento en un 30,1%, en balance a lo producido en el año 2010, denota el crecimiento de la industria teniendo a COLMOTORES como la mayor productora del mercado.

Los efectos de las regulaciones dadas por la Comunidad Andina acerca de las normas de origen, los intereses en los préstamos para financiamiento de vehículos y los tratados de libre comercio firmados con Estados Unidos y Corea del Sur afectaron la producción que tuvo COLMOTORES en el año 2012. Dadas las distintas regulaciones y situación del mercado, la producción de las ensambladoras de autos en Colombia bajó en comparación al año 2011. COLMOTORES también tuvo este descenso en su producción en el año 2012 por las razones explicadas (Quiroga et al, 2012: 64).

GRÁFICO 4
PRODUCCIÓN DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA
COLMOTORES PERIODO 2010-2012 (UNIDADES)



Fuente: FAVENPA

Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

Al igual que la producción total de COLMOTORES, las unidades producidas de los modelos antiguos han tenido el mismo efecto. A través del gráfico se observa la variación que ha existido en cuanto a unidades producidas de los modelos Aveo, Aveo Emotion y Spark. Estos 3 modelos tuvieron en el año 2012 inclusive una disminución en comparación a lo que fue producido durante el año 2010, mientras que para el año 2011 tuvieron el record de producción de dichos modelos (Quiroga et al, 2012: 24). En cuanto a la producción del modelo Optra ha venido en baja desde el año 2010 hasta el año 2012 dadas las condiciones del mercado. Los nuevos modelos no se tiene una referencia de comprobación, porque su producción comienza a partir del año 2012.

Los autos que ensambla y produce COLMOTORES tienen distintas características y especificaciones técnicas que interesan a los distintos proveedores en cuanto al tema de llantas.

Aveo: es un automóvil de turismo del segmento B. El Aveo tiene tres estilos de carrocería y cinco configuraciones de motor. Entre los modelos de este vehículo se encuentran el Aveo Family, el cual posee motor E-TEC II 1.5 SOHC 8V L4 y rines de lámina con tapa plástica, la versión del Aveo T200 que cuenta con adiciones tales como elevavidrios delanteros y traseros eléctricos, tacómetro, rines de aluminio y motor E-TEC II 1.6 DOHC 16V L4 llamado Aveo Sedán, el Aveo Emotion el cual viene equipado con motor E-TEC II 1.6 DOHC 16V L4 y viene en versiones GTi de dos puertas, una caja de 5 velocidades y de tipo mecánica, la versión GT-HB 5 es de 5 puertas con caja de 5 velocidades, una versión sedán básica está disponible y cuenta con elevavidrios eléctricos delanteros y rines de Aluminio de 14" pulgadas, mientras que la versión "Full Equipo" viene con rines de aluminio de 15", caja de cambios manual de 5 velocidades o una automática de 4 velocidades, elevavidrios eléctricos en las 4 ventanas, espejos retrovisores eléctricos ajustables. El Aveo family utiliza la medida de llantas 185/60R14, mientras que el Aveo Emotion utiliza la medida 185/55R15 (El espectador, 2013: 1).

Cobalt: es un automóvil de turismo del segmento C. Está basado en la plataforma GM Delta, la misma de los Chevrolet HHR, Pontiac G5, Saturn ION, Opel Astra y Opel Zafira. El torque del motor que es alto, 16,4 kgM, disponibles desde las 2.500 revoluciones. Tiene ABS en los frenos, espejos ajustados de forma eléctrica, rines de aleación, computador de consumos, rines de aleación de 15 pulgadas y ajuste de altura de la silla del piloto, además del escudo de LTZ en el baúl. El auto tiene un tren de suspensiones basado en el del Sonic. Este lleva la medida 195/65R15 (Motor, 2012: 1).

Optra: es un automóvil del segmento C. El auto es de cinco plazas con motor delantero transversal de origen Holden y tracción delantera, fue lanzado en el año 2004 la versión sedán en Colombia, el cual tiene tres tipos de motor: 1.4 L motor GM Family E-TEC II — 94 CV (69 kW) a 6300 rpm, 1.8 L motor GM Family E-TEC II — 121 CV (90 kW) a 5800 rpm. Este modelo utiliza dentro de sus especificaciones técnicas aros de 15” los cuales utilizan llantas de medida 195/55R15 (Farias, 2010: 1).

Sail: es un automóvil del Segmento B. Se produjo con una gran variedad de carrocerías que incluyó desde un Hatchback tres puertas, Sedán Cuatro puertas. El modelo actual ya es el primer coche de total diseño hecho para el mercado exterior y como auto global de la GM. Es ensamblado en Ecuador y Colombia en la región andina, este es el primer coche chino en fabricarse bajo licencia en estas plantas. Este modelo utiliza aros de 14” de medida 185/60R14 (Autos y ruedas, 2010: 1).

Spark: es un automóvil de turismo del segmento. El auto posee cinco plazas con motor delantero transversal, tracción delantera y carrocería de cinco puertas. Los distintos modelos tienen cuatro cilindros en línea atmosféricos: uno de 1 litro de 66 CV y uno de 1,2 litros de 78 CV. En Colombia, desde julio del año 2010, GM Colmotores empezó a ensamblar y comercializar el conocido como Spark GT. Los dos modelos del Spark utilizan dos tipos de medidas en sus llantas, para el Spark GT se utiliza la medida 155/70R14, mientras que el modelo de Spark utiliza la medida 165/65R13 (Kogan, 2013: 1).

2.2.2. Ventas de los vehículos ensamblados por COLMOTORES

COLMOTORES es la mayor comercializadora de vehículos a nivel de Colombia. Entre las tres ensambladoras de autos existentes en Colombia que fabrican y comercializan autos, COLMOTORES es aquella que más volumen vende de los modelos que son producidos por la empresa dentro de Colombia. En cuanto a participación en el mercado, ha tenido entre el 51 y el 57% de todos los autos ensamblados o fabricados en Colombia, cifras que consolidan a COLMOTORES como la más grande de las tres ensambladoras instaladas en Colombia (Naranjo, 2013).

Al igual que las otras ensambladoras, COLMOTORES comercializa autos tanto importados (tales como Camaro, Cruze, Trail Blazer, Tahoe, Dmax, Captiva, Sonic, Orlando, etc.) así como aquellos producidos en Colombia, tales como los modelos de Aveo, Sail, Spark, Optra y Cobalt, todos estos producidos en la planta de Bogotá (Favenpa, 2013: 1).

Al igual que el desarrollo de la producción de las unidades por parte de COLMOTORES, las ventas han tenido una similar fluctuación en cuanto a las unidades vendidas. Tal cual como fueron las cifras año tras año de la producción, las ventas han tenido la misma evolución, teniendo un alza en el año 2011, donde llegaron a records de ventas, en todos los años de funcionamiento de COLMOTORES y una disminución de las unidades vendidas en comparación a aquello que fue vendido tanto en el año 2010 como en el año 2011 (Quiroga et al, 2012: 24).

TABLA 5
VENTA DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA COLMOTORES
PERIODO 2010-2012 (UNIDADES)

Modelos	2010	2011	2012
Aveo	29.493	35.476	17.017
Cobal	0	0	311
Optra	5.324	3.835	1.730

Sail	0	0	6.510
Spark	22.327	31.476	23.498
Total general	57.144	70.787	49.066

Fuente: FAVENPA

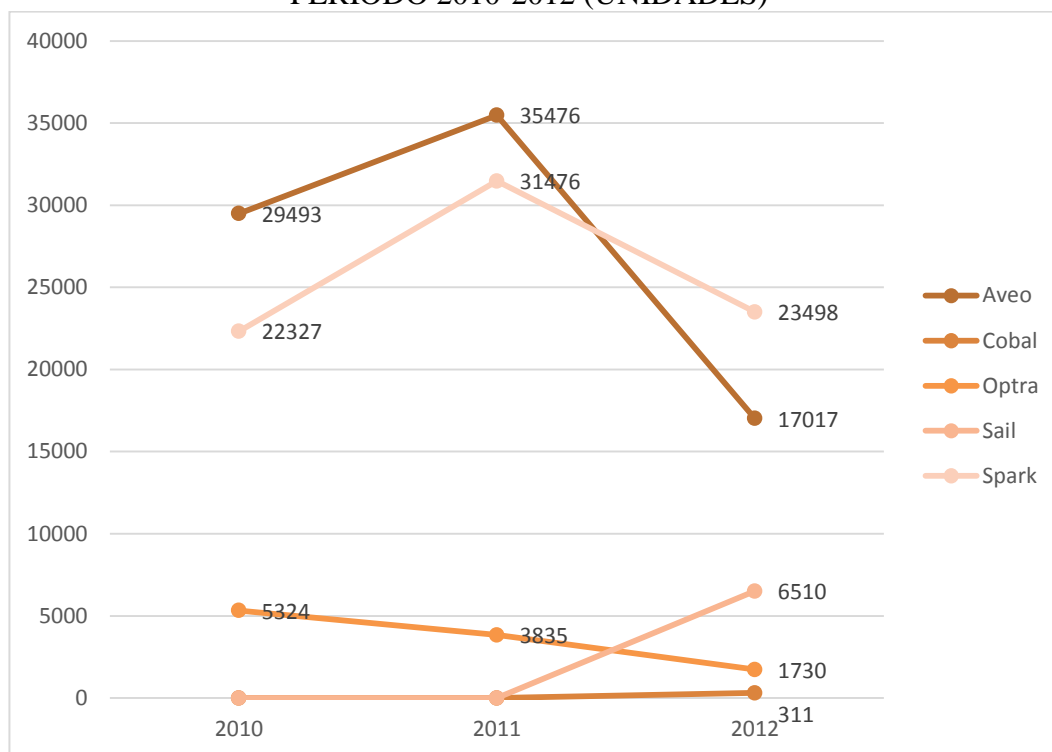
Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

En el año 2010 el progreso en cuanto a ventas de unidades creció y consolidó una tendencia de crecimiento. Al existir una economía en alza, con obras públicas, optimismo impulsado por el nuevo gobierno, el dólar barato, tasas de interés que permiten pedir préstamos para consumo, crédito fácil y las múltiples restricciones de uso del vehículo que incitan o requieren de un segundo carro para la gente, se dieron resultados que permitieron el crecimiento de las ventas por parte de las ensambladoras en Colombia, en este caso permite el crecimiento de las ventas de COLMOTORES, manteniendo dicha tendencia para el año 2011 (El tiempo, 2011: 1).

El año 2011 fue el mejor para la empresa con sus más de 70.000 unidades vendidas, todo esto dados por las distintas alternativas de financiación que otorgaban tanto las concesionarias como las entidades financieras para que la gente pueda adquirir sus vehículos (Portafolio, 2011: 1). Estas medidas hicieron que las ventas de COLMOTORES asciendan en un 23,9% en comparación a lo que fue vendido en el año 2010, 13643 unidades más vendidas.

Las distintas medidas aplicadas por el gobierno y distintos aspectos del mercado hicieron que las ventas fluctúen en cuanto a unidades vendidas de trata. En el año 2012 al aplicar todas las medidas como el aumento de las tasas de interés para los préstamos de consumo y la concepción baja de confianza en el país y en la economía, que hace que la gente prefiera no endeudarse cuando siente que las cosas no van bien (Celis, 2013: 1). Estas condiciones hicieron que las ventas en COLMOTORES descieran en más de un 30%, lo cual en términos de unidades significa más de 21.000 unidades menos que lo que se vendió en el año 2011.

GRÁFICO 5
VENTA DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA COLMOTORES
PERIODO 2010-2012 (UNIDADES)



Fuente: FAVENPA

Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

La evolución de las ventas por modelo de COLMOTORES ha tenido el mismo efecto que ha tenido la producción en cuanto a número de unidades. Los modelos más antiguos tales como el Aveo y el Spark han tenido una fluctuación en cuanto a ventas teniendo un crecimiento del año 2010 al año 2011 y una caída en ventas, inclusive menor que en el año 2010, para el año 2012. En cuanto al Optra el descenso en ventas año tras año es notorio teniendo una caída del 67% entre los años 2010 y 2012. Los modelos nuevos dando el caso que salieron al mercado en el año 2012 no se los puede comparar con años anteriores.

2.3. Compañía Colombiana Automotriz (CCA)

La Compañía Colombiana Automotriz (CCA) es una empresa con base en Bogotá, Colombia que se encarga de ensamblar vehículos. Fundada por Leónidas Lara para ensamblar vehículos de Peugeot, en los años 1960 a 1970 comenzó la producción de coches italianos y polacos. Hasta su cierre, después

de que en 1983 se vendieran su operación e instalaciones a Mazda, se ensamblaron, fabricaron y tan sólo se distribuyen vehículos de la nueva planta de Mazda en México (Naranjo, 2013).

2.3.1. Producción de vehículos y camionetas Mazda de CCA

La Compañía Colombiana Automotriz (CCA) es la más pequeña de las 3 ensambladoras de autos a nivel de Colombia, tanto a nivel de número de unidades producidas, como en el número de modelos que producen. CCA produce 3 tipos de modelos de Autos, el Mazda 2, Mazda 3 y la pick-up BT50. La producción total de CCA representa entre un 24 a un 40% de lo que en total produce SOFASA, en comparación a lo producido por COLMOTORES representa entre un 19 y un 22% de todas las unidades que produce (Favenpa, 2013: 1).

La dinámica en cuanto a las unidades producidas por parte de la ensambladora CCA difiere con la que ha tenido COLMOTORES y SOFASA. Al analizar el desarrollo de las unidades producidas por parte de CCA muestra una tendencia a la baja en cuanto a cantidad de unidades producidas año tras año.

TABLA 6
PRODUCCIÓN DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA CCA
PERIODO 2010-2012 (UNIDADES)

Marca	Modelo	2010	2011	2012
MAZDA	BT-50	4.277	3.619	3.411
	MAZDA 2	4.123	3.451	3.509
	MAZDA 3	4.264	2.921	3.023
Total MAZDA		12.664	9.991	9.943

Fuente: FAVENPA

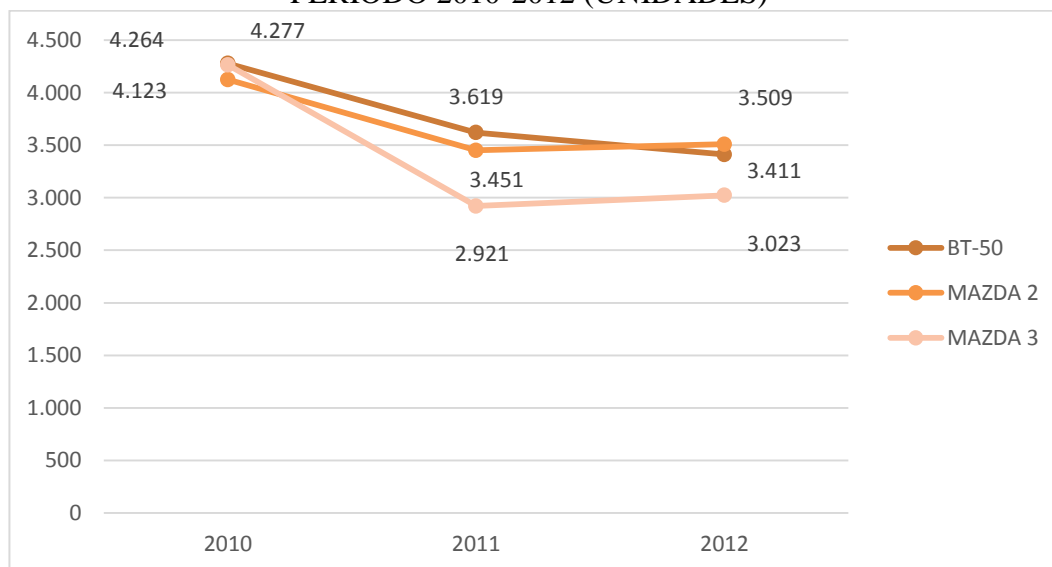
Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

El desarrollo de la producción de la ensambladora CCA aparte de ser el de menor cantidad de unidades producidas, en comparación a las otras dos

ensambladoras de Colombia, ha tenido un comportamiento de descensos en cuanto al número de unidades producidas año tras año. Dentro del periodo de análisis el año con la mayor producción es el año 2010 y en los siguientes años se tuvo una baja de 21,1% para el año 2011, lo que significa 2673 unidades menos que no fueron producidas contrastando con el año 2010 y de 21,4% para el año 2012, lo que significan 2721 unidades menos, esto en comparación a lo que fue producido en el año 2010. La diferencia de lo producido entre el año 2011 es de 0,5%, una diferencia de 48 autos, lo que si bien es una baja de la producción entre estos dos años, la baja es menor que lo que descendió entre los años 2010 y 2011.

El problema que tuvo CCA para la producción de sus modelos es la escasez del suministro de los materiales que ellos utilizan causada por el tsunami ocurrido en Japón en el año 2011, donde existió la mayor caída de producción dentro de los 3 años de estudio. Dada la catástrofe natural ocurrida en Japón, de donde proviene la marca Mazda, la cantidad de materiales que arribaron a Colombia disminuyó en comparación a los años anteriores la cantidad de CKD y demás materiales para el ensamble de los vehículos (Motor, 2011: 1).

GRÁFICO 6
PRODUCCIÓN DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA CCA
PERIODO 2010-2012 (UNIDADES)



Fuente: FAVENPA

Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

La tendencia en cuanto a unidades producidas de cada modelo muestra un comportamiento diferente a la producción global de la ensambladora CCA, teniendo distintos desarrollos dependiendo de cada uno de los modelos que se ensamblan. Al ver cómo es la tendencia de las curvas de cada modelo de la ensambladora, se aprecia que cada modelo tiene una evolución diferente entre sí, en el caso del modelo de la camioneta BT50, la tendencia en cuanto a producción es a la baja desde el año 2010, donde se tuvo la producción más alta en el periodo de estudio, hasta el año 2012, cuando la producción fue la menor de los tres años de estudio) una evolución similar a la global de la ensambladora. Los otros dos modelos tanto el Mazda 2 como el Mazda 3 tienen un desarrollo similar entre sí pero diferente con el de la ensambladora. Los otros dos modelos aparte de la BT50 si bien tienen la mayor producción en el año 2010 y una baja para el año 2011, en el año 2012 tienen repunte en unidades producidas, se produjo más unidades en el año 2012 que lo que se produjo en el año 2011. Esta alza de la producción no es en la magnitud de lo que descendió entre los años 2010 y 2011.

Hubo descenso en la producción de las unidades en cada modelo de la ensambladora. En las camionetas BT50 el descenso fue de 15,4% en el año 2011 y de 20,2% en el año 2012 eso en comparación al año 2010, pero la disminución entre los años 2011 y 2012 fue menor que las anteriores, disminuyendo la producción en 5,7%. En cuanto a Mazda 2 en comparación al año 2010 la disminución en 2011 fue de 16,3% y en el año 2012 de 14,9%. La situación entre los años 2011 y 2012 fue diferente porque hubo un ascenso de la producción en 1,7%. La misma situación vivió el modelo Mazda 3 que a comparación del año 2010, en el año 2011 disminuyó la cantidad de unidades producidas en 31,5% y para el año 2012 en 29,1%. Al igual que el Mazda 2 el Mazda 3 aumentó las unidades producidas en 3,5%.

Los 3 modelos que ensambla Compañía Colombiana de Automotores poseen características técnicas específicas que indican los distintos componentes que estos utilizan.

Mazda 2: es un automóvil de turismo del segmento B. Es un cinco plazas con motor delantero transversal, tracción delantera. Existe con carrocerías hatchback de tres y cinco puertas y sedán de cuatro puertas. Los motores a gasolina son un 1.3 litros de 75 u 86 CV, un 1.5 litros de 103 CV, el motor Diésel es el mismo 1.4 litros de 68 CV. La versión que se comercializa en Colombia tiene en la actualidad el motor 1.5 l. En cuanto a las llantas que utiliza son para aros de 15” cuya medida es 185/55R15 (Blancarte, 2011: 1).

Mazda 3: es un automóvil de turismo del segmento C. Este modelo, cuenta con todo el empaque full de la tecnología Skyactiv con 2 motores disponibles, motorizaciones disponibles 1.5 Gasolina y 2.0 diesel, especificaciones de los motores diésel. Este modelo utiliza aros de 16” de medida 205/55R16 (Motor, 2013: 1).

BT50: es una camioneta pick-up de 1 tonelada. Este modelo tiene motores diésel de 2,2 o 3,2 litros con 150 o 200 HP, o un bloque a gasolina de 166 HP. Sea 4x2 o 4x4, tiene transmisión manual de 6 velocidades. Posee un esquema de suspensión de eje rígido con ballestas atrás. En cuanto a sus llantas utiliza la medida 215/75 con aros de 15” (Mecánica y motores, 2013: 1).

2.3.3. Venta de vehículos y camionetas Mazda de CCA

Compañía Colombiana Automotriz es, de entre las tres ensambladoras de autos en Colombia, aquella que comercializa la menor cantidad de autos en Colombia. De los modelos que se ensamblan a nivel de Colombia es la que menor número de unidades vende por año, vendiendo entre un 77% y un 83% menos de lo que produce COLMOTORES y entre un 58% y un 73% de lo que produce SOFASA. A nivel todo los autos que se producen en Colombia CCA llega a ocupar en el año 2010 el 12,9% de lo que se vendió en total de autos ensamblados en Colombia, en el año 2011 su participación en el mercado fue de 9,2% mientras que para el año 2012 la participación de CCA en el mercado de autos ensamblados o producidos en Colombia fue de 10,3% (Favenpa, 2013:1).

CCA está constituida para no tener una venta en masa de los modelos que ensambla y comercializa. Mazda no es una marca masiva. La ensambladora no participa en segmentos donde el mercado se mueve con otras dinámicas. No posee vehículos comerciales ni taxis. CCA se centra en marcas de nicho tales como Mazda (Pérez, 2012: 1).

CCA al igual que las dos ensambladoras precedentes comercializa autos tanto ensamblados en Colombia como aquellos importados, con la característica de ser la única ensambladora de las tres ensambladoras que comercializa más de una marca de autos. CCA comercializa con autos de marcas tales como Ford, Mitsubishi y la marca que se ensambla en Colombia como lo es Mazda. De los autos ensamblados en Colombia se comercializan todos los modelos (Favenpa, 2013:1).

El desarrollo que han tenido las ventas de CCA, en cuanto a unidades vendidas, es similar al que tuvo la producción de la ensambladora. Al igual que fue en la producción el año 2010 fue el año con las mayores ventas dentro de los tres años de estudio. Para los años venideros dentro del periodo de estudio las ventas disminuyeron en comparación a lo que fue vendido en el año 2010.

TABLA 7
VENTA DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA CCA PERIODO 2010-2012 (UNIDADES)

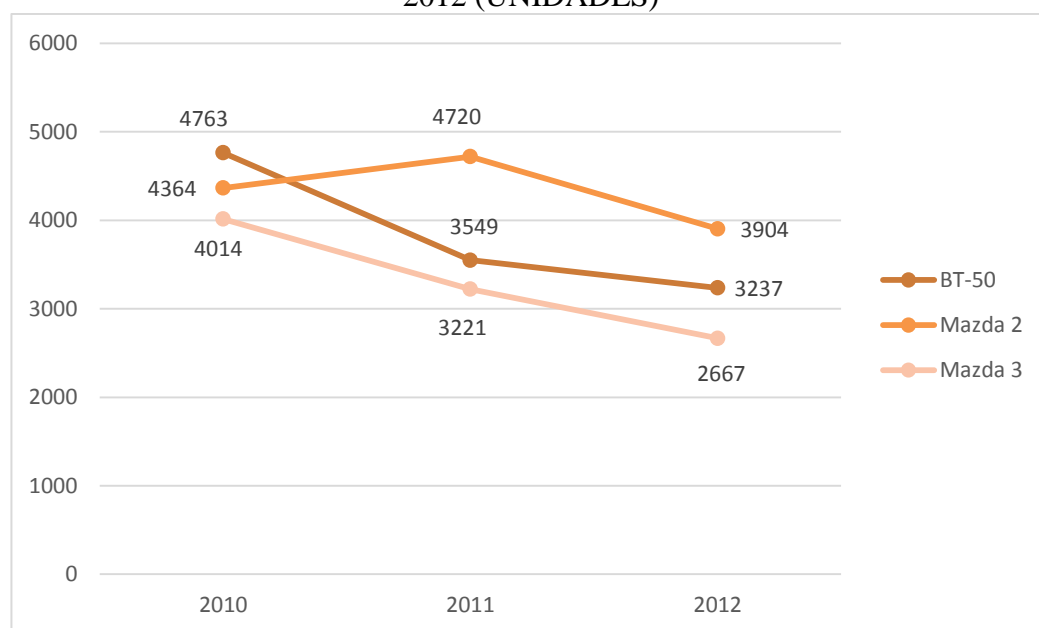
Modelos	2010	2011	2012
BT-50	4.763	3.549	3.237
Mazda 2	4.364	4.720	3.904
Mazda 3	4.014	3.221	2.667
Total general	13.141	11.490	9.808

Fuente: FAVENPA

Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

El desarrollo de las ventas en la ensambladora CCA fue una consecuencia de la producción que tuvo la ensambladora en los años 2010 a 2012. Debido a la catástrofe natural que ocurrió en Japón en el año 2011, se originó un problema de suministro de materiales necesarios para el ensamble de los vehículos en Bogotá. Las cantidades de CKD ensamblados en CCA de los modelos de la marca Mazda disminuyeron en comparación a aquello que fue vendido en el año 2010 (Motor, 2011: 1). El descenso de las ventas entre los años 2010 y 2011 llegó al 12,6%. Para el año 2012 las ventas al igual que en el año 2011 tuvieron un descenso que en comparación al año 2010 llegó al 25,4% y en comparación al año 2011 con un descenso de 14,6%.

GRÁFICO 7
VENTA DE VEHÍCULOS DE LA ENSAMBLADORA CCA PERIODO 2010-2012 (UNIDADES)



Fuente: FAVENPA

Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

La venta de unidades de cada modelo tiene una dinámica única en los tres años de estudio. El desarrollo de las ventas en cuanto a unidades vendidas que ha tenido cada modelo es diferente. El modelo Mazda 2 ha tenido un desarrollo diferente a las ventas globales de la ensambladora, en el año 2011 fue el año donde mayores ventas existieron de dicho modelo. Las ventas del Mazda 3 tuvieron un alza en las ventas de 8,7%, mientras que para el año 2012 el descenso fue del 17,3%. Los Modelos BT50 y Mazda 3 han tenido un desarrollo

similar al global de ventas de CCA, en el año 2010 se tuvo el mayor número de ventas en cuanto a unidades, tuvieron caída en ventas en los años 2011 y 2012. Al analizar en cifras se ve que el Mazda3 disminuyó ventas del año 2010 a 2011 en 19,8% y del año 2011 a 2012 en 17,2%, mientras que para la camioneta BT50 las cifras de ventas cayeron en 25,5% de 2010 al año 2011 mientras que en el periodo de los años 2011 y 2012 las ventas disminuyeron en 8,8%.

Las tres ensambladoras ubicadas en Colombia han tenido desarrollos diferentes en cuanto a su producción y ventas, destacándose diferentes años donde su producción fue mayor en comparación a los otros dos años de estudio, muestra de dicha manera que no existe una tendencia generalizada de toda la industria automotriz, sino que hay que ver tendencias en cada una de las ensambladoras para poder determinar los futuros niveles de producción y ventas.

En un caso se tiene a la ensambladora SOFASA, la cual comercializa los autos de la marca Renault, la cual tuvo su mayor nivel de producción en el año 2012 con 41.268 unidades producidas, mientras que para su nivel de ventas, el año con mayores unidades vendidas fue en el año 2011 con 42.461 unidades. Para el caso de COLMOTORES, empresa que ensambla los ckd de la marca Chevrolet, el desarrollo fue distinto al tener la mayor producción y la mayor venta de vehículos el mismo año con 74.323 unidades producidas y 70.787 unidades vendidas en el año 2011. Para la ensambladora CCA de la marca Mazda, el desarrollo en ventas y producción al igual que COLMOTORES tuvo en el mismo año la mayor cantidad de unidades producidas y de unidades vendidas, esto ocurrió en el año 2010 al producirse 12.664 vehículos producidos y 13.141 vehículos vendidos, lo cual indica (analizando los otros dos años) una tendencia a la disminución tanto de producción como en ventas.

CAPÍTULO III

CONTINENTAL TIRE ANDINA Y LA OFERTA DE LLANTAS DE PLT DE EQUIPO ORIGINAL PARA EL MERCADO COLOMBIANO DE ENSAMBLADORAS

En este capítulo se aplica el conocimiento tanto del oferente como de la competencia directa de los productos que se desea ofrecer. Aplicando la teoría de marketing, se busca determinar si la empresa se encuentra en condiciones para poder incursionar en el mercado una vez conocida la demanda existente. Por otro lado se analiza la fortaleza de la competencia y cuál es su participación en el mercado colombiano de ensambladoras.

3.1. Continental Tire Andina en el mercado de Equipo Original

Continental Tire Andina, compañía que forma parte del grupo Continental AG de Alemania, antes conocida como ERCO. La empresa cuenta con más de 50 años en el mercado y es la única planta de llantas en el Ecuador, parte del cuarto grupo más grande de fabricación y comercialización a nivel mundial, y en la Región Andina representa el tercer grupo más importante de abastecimiento de neumáticos (Landívar, 2013).

La empresa es el único proveedor de neumáticos para las ensambladoras ubicadas en Ecuador. A través del departamento de Equipo Original, bajo la gerencia del economista Eduardo Naranjo, se realiza la comercialización de neumáticos de una mayor calidad a aquellos que se comercializan en los distintos puntos de distribución (Landívar, 2013).

Al ser la única subsidiaria de la empresa Continental AG en la región andina, la comercialización en Perú, Chile, Bolivia, Venezuela y Colombia de las llantas de las marca Continental y General Tire se las maneja a través de las oficinas en Ecuador con agentes subsidiarios en cada uno de los países (Naranjo, 2013).

3.1.1. Producción de llantas de PLT en la planta de Continental Tires

Continental Tires es una empresa avalada por Continental AG, empresa alemana con sede en Hanóver (Alemania). Está constituida como sociedad anónima. Continental es conocido por ser uno de los líderes mundiales en la producción de neumáticos para la industria automotriz. Está presente en el mercado ecuatoriano y tiene a los clientes de la Comunidad Andina de Naciones: Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia y otros países de América Latina. La empresa se denominaba ERCO, que se constituyó en el segundo semestre de 1955, bajo el nombre de Ecuatorian Rubber Company C.A (Cedillo, 2007: 37).

La planta para la producción de neumáticos se encuentra en la ciudad de Cuenca donde se fabrican neumáticos de estas tres marca Continental, General Tire y Barum. Todas las marcas que se producen cumplen con normas de calidad y garantía para brindar de esta manera seguridad, comodidad y satisfacción al cliente final. Además de importación de llantas de otras plantas del Grupo AG Continental. La capacidad de producción en cuanto a los modelos de llantas de PLT es de alrededor de 2'000.000 de llantas (Moran, 2006: 30-33).

Al elaborar una llanta se utiliza un número aproximado de 168 materias primas diferentes para su producción, de entre las cuales la de mayor preponderancia en la construcción de la llanta es el caucho, el cual conforma más del 40% del neumático. Continental Tire Andina cuenta con la producción de la empresa AGICOM (perteneciente al grupo Continental Tire Andina), ubicada en Santo Domingo de los Tsáchilas, la cual cuenta con plantaciones propias de caucho. A esta producción, en adición, se suma el caucho importado desde países del continente asiático como Indonesia y Malasia (Moran, 2006: 30-33).

TABLA 8
MATERIAS PRIMAS EN UNA LLANTA

Materia Prima	Porcentaje
Caucho natural	19%
Caucho sintético	26%

Negro de humo	23%
Nylon	9%
Alambres	3%
Aceites	6%
Químicos	14%
TOTAL	100%

Fuente: Continental Tire Andina S.A. Dpto de compras
Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

La empresa exporta a todos los países de la región andina incluyendo a Chile. Además se atiende al mercado de Equipo Original para General Motors, Maresa (Mazda), Aymesa (Kia), Ciaauto (Great Wall) las cuatro ensambladoras de autos ubicadas en Ecuador (Landívar, 2013).

La línea de producción de la Compañía Ecuatoriana del Caucho S.A. incluye los siguientes tipos de llantas:

Pasajero Radial
Camioneta Radial.
Pasajero Bias.
Camioneta Bias.
Camión Bias.

Las mismas que son comercializadas en diferentes segmentos de mercados, los cuales son:

Equipo Original: Su característica es que se vende con balanceo dinámico y alineación, porque será utilizado en venta de vehículos cero kilómetros como parte de su equipo original, los clientes son las ensambladoras de autos. Las llantas destinadas a este mercado deben tener un proceso diferente de producción en cuanto a proceso de calidad. De entre toda la producción de llantas de PLT, alrededor de 20% es destinado para satisfacer la demanda de dicho mercado (Landívar, 2013).

Mercado de Reposición: Son llantas distribuidas a proveedores y como su nombre lo dice sirve para reponer aquellas llantas en mal estado o que han

cumplido su ciclo de vida en un vehículo cualquiera. La característica de este tipo es la uniformidad que debe cumplir (Landívar, 2013)

TABLA 9
VENTAS EQUIPO ORIGINAL DE CONTINENTAL TIRE ANDINA EN
COLOMBIA Y ECUADOR DESDE EL AÑO 2010 AL 2012 (DÓLARES)

		Unidades			Net Sales		
Canal	País	2.010	2011	2012	2.010	2011	2012
Equipo Original	Ecuador	324.164	349.082	374.503	17.677.032	22.449.614	24.677.867
	Colombia	104.925	124.420	101.855	4.214.891	5.731.382	4.844.214
Total EO		429.089	473.502	476.358	21.891.923	28.180.996	29.522.081

Fuente: Continental Tires (Departamento Equipo Original)

Elaborado por: Continental Tires (Departamento Equipo Original)

Recopilado por: Mauricio Chávez Armijos

Continental tires ha tenido presencia en el mercado Colombiano de ensambladoras comercializando sus productos a la empresa GM-COLMOTORES a los modelos Aveo y Optra. Dichos negocios se disolvieron de manera unilateral al decidir COLMOTORES que iba a utilizar en sus vehículos neumáticos de la marca GiTi dado du bajo costo (Landívar, 2013)

3.1.2. Procesos de Equipo Original en Continental Tires

Continental Tire Andina posee dentro de sus departamentos en el área comercial el de Equipo Original, este se encarga de la comercialización y distribución de neumáticos con balanceo dinámico y alineación para las ensambladoras de autos a nivel nacional e internacional.

El término Equipo Original se utiliza para hacer referencia a los neumáticos que se comercializarán a las ensambladoras de vehículos. Estos neumáticos pasan por los filtros más rigurosos de control de calidad en la construcción de la llanta después del proceso de vulcanización, estas llantas se consideran de clase Premium. Estos clientes de equipo original son los grandes ensambladores de vehículos y distribuidores en los países de: Ecuador, Colombia, Perú, Venezuela y Bolivia (Vázquez, 2011: 6).

El departamento maneja una cartera de clientes a nivel andino y abarca a todas las ensambladoras existentes en Ecuador y hasta finales de 2012 tuvo un cliente en Colombia.

TABLA 10
CARTERA DE CLIENTES CONTINENTAL TIRE ANDINA

Cliente	Ubicación	Marca	Modelo
GM-OBB	Quito	Chevrolet	Aveo&Sail
			Grand Vitara
			Vitara SZ
			Luv D'Max
Aymesa	Quito	Kia	Pregio
			Rio
			Sportage
			Cerato
Maresa	Quito	Mazda	BT-50
Ciaauto	Ambato	Great Wall	Haval
			Wingle
Colmotores	Bogotá	Chevrolet	Aveo&Sail

Fuente: Continental Tires (Departamento Equipo Original)

Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

Para la asignación de las unidades a ser producidas para equipo original se maneja un concepto llamado *yield*, en el cual de acuerdo a la demanda de los clientes, la cantidad de unidades en stock y la producción que exista de la medida de neumático necesaria (Ricci, 2014).

La asignación del *yield* de manera general se asigna con el 20% de la producción existente de la medida, pero existen dos casos de manejo del porcentaje que se asigna a equipo original. El primer caso llamado *Manage yield* es cuando existe la producción suficiente para abastecer a la demanda de equipo original de una medida específica. El segundo caso denominado *Yiel crítico* es cuando existen problemas con la producción de una o distintas medidas que comercializa Equipo Original y se debe asignar un mayor porcentaje de la producción y el stock que se posee retirando cupo del mercado de reposición (Ricci, 2014).

Todas las llantas que se comercializan para equipo original, al ser neumáticos que irán ensamblados en vehículos 0km, deben cumplir con las exigencias y normas para poder considerarse aptas para su venta. Los requisitos son especificados por cliente que solicita las medidas, el cliente diseña sus vehículos en base a las nuevas características del mercado y consolida las necesidades que tiene para dicho vehículo en una matriz de validación (requisitos específicos del neumático). El neumático para un nuevo proyecto debe alcanzar los estándares nuevos de calidad y de ingeniería que exige el cliente. La nueva llanta se diseña con un plazo promedio para cada nuevo modelo de dos años, esto se debe complementar en un plan de validación y en un cronograma para llegar a todas las fechas que se acuerde con el cliente durante el desarrollo (Bohórquez, 2013).

Existen estándares mundiales que los rige la IATF (corporación automotriz mundial) basados en los principios de tres de las automotrices de mayor posición comercial a nivel mundial y originarias de Estados Unidos como lo son General Motors, Ford y Chrysler. En base a dichos principios la línea americana se direcciona en el APQP (programación avanzada de la calidad) con esto se estandarizan procesos para que se tenga las mismas directriz y procesos para desarrollar un neumático para varias empresas de construcción o ensamblaje automotriz. Existe una diferencia cuando se cambia de matriz de diseño cuando se desarrolla un neumático para empresas provenientes de Asia, existen otros criterios para la construcción de los neumáticos pero son basados en el standard mundial. El mercado europeo posee distintos estándares pero basados en la programación APQP. Renault para los neumáticos toma como requisito lo establecido en el ANPQP¹² (Programacion avanzada de la calidad de la alianza Nissan Renault) (Bohórquez, 2013).

Cada cliente solicita los requerimientos de calidad a través de un pedido formal en una sesión llamada RFQ (request for quotation). En esta sesión los clientes tienen contacto con la oficina de Equipo Original de Continental Tires y

¹² ANPQP detalla un conjunto de directrices que ayudan a la elaboración de un plan que sostenga la expansión de un producto o servicio y satisfaga las necesidades del cliente al mismo tiempo. El plan ofrece herramientas para hacer frente a un problema que podría estar obstaculizando el crecimiento o afectando al cliente.

especifican que el neumático que se va a desarrollar para el cliente tenga las características de calidad y de producto específicas del requerimiento del cliente de forma conjunta con el precio. En ese compartir de información los clientes solicitan los estándares de calidad que debe cumplir el neumático, se lo hace en una entrega formal por parte del cliente a través de una carta y unos archivos por escrito y en base a dicho documentos se va a desarrollar el neumático (Bohórquez, 2013).

La planta de Continental Tires en Cuenca cuenta también con estándares de calidad en producción de sus llantas. Todo proveedor automotriz debe cumplir los requerimientos de la ISO TS 16949¹³, en base a estos requisitos se elaboran los neumáticos. A través de la ISO TS se quiere generar llantas de calidad mundial para que todos los cauchos producidos en las plantas Continental en el mundo tengan las mismas características y estándares de producción. Bajo la norma ISO se certifica la calidad de los neumáticos que se están produciendo orientándoles a estándares de equipo original y a estándares de clase mundial (Bohorquez, 2013).

Cuando existe una emergencia o no se posee una medida para satisfacer las necesidades del cliente en la planta local se pueden importar neumáticos. Estas llantas deben pasar por todos los procesos de equipo original para poder comercializarlos al cliente que los requiere. La planta debe ser certificada ISO, debe tener las características de calidad e ingeniería solicitadas por el cliente para poder entregar la llanta (Bohorquez, 2013).

3.2. Empresas oferentes de llantas de PLT de equipo original en la región andina.

En la región andina, en los países donde tiene operaciones comerciales la empresa Continental Tire Andina, existen empresas multinacionales productoras de llantas de PLT que poseen operaciones tanto comerciales como industriales,

¹³ Desarrollo de un sistema de gestión de calidad con el objetivo de una mejora continua enfatizando en la prevención de errores y en la reducción de desechos de la fase de producción. TS 16949 se aplica en las fases de diseño/desarrollo de un nuevo producto, producción y, cuando sea relevante, instalación y servicio de productos relacionados con el mundo de la automoción.

entre las cuales se encuentran Goodyear, Bridgestone y Pirelli en Venezuela y Michellin en Colombia. Estas empresas poseen operaciones comerciales con ensambladoras ubicadas en Colombia y producen sus llantas en la subregión (Landívar, 2013).

3.2.1. Goodyear

Goodyear es una marca con participación en el mercado global de llantas, fue fundada el 29 de agosto de 1898 por Frank Seiberling. Hace más de 90 años, Goodyear ha estado operando en Latinoamérica a través de una amplia red de revendedores y plantas de producción (Goodyear, 2014, 1).

Goodyear Latinoamérica comercializa y fabrica llantas convencionales y radiales de automóviles, camiones, camionetas, industriales, agrícolas, mueve tierra y de avión. Otros artículos que completan la línea de productos Goodyear en Latinoamérica son las bandas de reencauche precuradas, camelback y cauchos especiales (Goodyear, 2014, 1).

La participación en el mercado de neumáticos es mundial, la empresa posee operaciones en todos los continentes. Goodyear tiene alrededor de 60 plantas en donde se fabrican los distintos tipos de neumáticos que ofrece la compañía. En Sudamérica posee operaciones en todos los países aparte de las plantas de producción en Colombia, Chile, Perú y Venezuela dentro de la zona andina y fuera de ella las plantas de producción de Brasil y Argentina (Naranjo, 2013).

Dentro del grupo de plantas que posee Goodyear las dos que poseen productos de equipo original son aquellas de Venezuela y Brasil. La planta de Colombia se dedica a la producción de neumáticos de CVT¹⁴ y el mercado colombiano no entra en la zona de incidencia para la planta de Goodyear de Brasil (Naranjo, 2013).

¹⁴ Neumáticos de camión Bias y Radiales.

La Planta Goodyear de Venezuela se encuentra ubicada en la zona central del país, en la ciudad de Valencia. Ocupa una superficie de 71.334 M2 y cuenta con una superficie disponible para expansión de 275.324 M2. La planta entro en funcionamiento a partir de 1955 pero los primeros neumáticos se fabricaron en 1956, un Cacique Super Cushion (Naranjo, 2013).

En el año 2012, en la planta de Valencia, se produjo un estimado de tres millones ochocientos mil unidades dentro de lo que es la producción de la línea para autos de pasajeros y camionetas (Naranjo, 2013).

Dentro del mercado de llantas de equipo original en la línea de PLT, la participación de Goodyear en el mercado de equipo original latinoamericano es del 13%, lo que lo coloca en tercera posición detrás de empresas como Continental Tires y Michelin. Dentro de sus clientes se encuentran las ensambladoras y productoras de autos de las marcas Chrysler, Mazda y General Motors (Landívar, 2013).

La situación política y económica que vive Venezuela con los gobiernos chavistas ha hecho que la producción de neumáticos decrezca y no logren cumplir con la demanda que las distintas plantas de producción de llantas tienen, en este caso la empresa Goodyear (Landívar, 2013).

En el mercado colombiano de equipo original Goodyear trabaja con un modelo de autos de la ensambladora SOFASA. Las llantas que utiliza el Renault Twingo son de la marca en mención con neumáticos de la medida 145/80 R15. Desde el año 2010 al año 2012 Goodyear ha vendido alrededor de 72650 neumáticos a SOFASA (Continental tires, 2013, 1).

TABLA 11
PARTICIPACIÓN DE GOODYEAR EN EL MERCADO COLOMBIANO DE
ENSAMBLADORAS DEL AÑO 2010 AL AÑO 2012 (EN UNIDADES)

MARCA	ENSAMBLADORA	MODELO	MEDIDA	AÑO	LLANTAS
Goodyear	Sofasa	Twingo	145/80R15	2010	27955
				2011	30830

				2012	13865
--	--	--	--	------	-------

Fuente: Continental Tires (Departamento Equipo Original)
Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

3.2.2. Bridgestone

Bridgestone es compañía fabricante de neumáticos de mayor comercialización en el mundo, seguida de Michelin, Goodyear, Continental y Pirelli. La compañía fue fundada en 1931 por Shojiro Ishibashi en la ciudad de Kurume, Japón y para el año 2013 forma parte del grupo Firestone (Bridgestone, 2014: 1).

En Sudamérica la empresa posee operaciones en todos los países de la región en cuanto es la comercialización de sus productos, de igual manera tiene plantas de producción alrededor de la zona sudamericana en Argentina, Chile, Brasil y Venezuela (planta encargada de la producción y distribución hacia los países de la zona andina (Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela). En dichas plantas se producen los neumáticos tanto para vehículos de pasajeros como para buses camiones y llantas para vehículos industriales (Torres, 2006: 8-20).

En 1954, Firestone Venezolana inicia sus operaciones a en el año 1988 por la empresa Japonesa Bridgestone Co-naciendo así la corporación Bridgestone Firestone. Las operaciones de la empresa se las manejan desde las instalaciones de la planta ubicada en Valencia, departamento de Carabobo, donde Bridgestone Firestone Venezolana produce y comercializa sus neumáticos (Torres, 2006: 8-20).

La planta de Valencia produce un estimado de 10.000 llantas diarias para poder abastecer al mercado nacional (mercado venezolano) y mercado de exportación. Para el año 2012 dicha planta produjo un estimado de 2'600.000 cauchos solo en cuanto a la línea de producto de llantas para vehículos para pasajeros y camionetas y 670.000 unidades para la línea de llantas de camión (Torres, 2006: 8-20).

La empresa busca un aumento de la producción de la planta con una inversión de alrededor de 50 millones de dólares para potenciar la línea de producción y las distintas máquinas de armado y calandria para tener una mayor producción. Al encontrarse situado en Venezuela, tiene las mismas complicaciones que posee la empresa Goodyear debido a los problemas políticos y económicos existentes en dicha nación (Magazine, 2013: 1).

Para las ensambladoras situadas en Colombia, la empresa Bridgestone provee de neumáticos a la ensambladora de los autos de General Motors, COLMOTORES, quienes ensamblan los cauchos de medida 195/65R15 de marca Bridgestone en los autos Cobalt (Continental tires, 2013: 1).

TABLA 12
PARTICIPACIÓN DE BRIDGESTONE EN EL MERCADO COLOMBIANO
DE ENSAMBLADORAS DEL AÑO 2010 AL AÑO 2012 (EN UNIDADES)

MARCA	ENSAMBLADORA	MODELO	MEDIDA	AÑO	LLANTAS
Bridgestone	Colmotores	Cobalt	195/65R15	2010	0
				2011	0
				2012	6815

Fuente: Continental Tires (Departamento Equipo Original)
Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

3.2.3. Pirelli

Pirelli es una de las marcas con mayor presencia en el mercado de neumáticos alrededor del mundo. Posee sus oficinas centrales en la ciudad de Milán Italia y se encuentra presente en todos los continentes con centros de distribución y plantas de producción de neumáticos. La compañía ha alcanzado una presencia comercial en más de 160 países y cuenta con 22 plantas de producción en cuatro continentes (Pirelli, 2013: 1).

La empresa Pirelli se enfoca en la producción de neumáticos para los distintos segmentos que este mercado abarca tales como camiones y buses,

motocicletas, maquinaria agroindustrial, vehículos y motocicletas de competencia y por último, el mercado que interesa dentro de este estudio, para los automóviles, SUVs y camionetas (Pirelli, 2013: 1).

Sudamérica en conjunto con Centroamérica son las regiones en las que mayores ventas posee la empresa. Dentro del total de las ventas globales de la empresa, Centro y Sudamérica representan el 36% del total de las ventas, frente al 27% que representan en ventas los países europeos aparte de Italia y el 11% que constituye la región de Norteamérica (Pirelli, 2013: 1).

En la región de Sudamérica se encuentran presentes en Chile, Argentina y Colombia en donde tienen centros de comercialización y distribución subsidiarios a las plantas de producción que se encuentran situadas en Sudamérica. Dichas plantas están ubicadas en Brasil – la cual engloba a los centros de Argentina y Chile – y la planta productora de g que abarca a la subsidiaria ubicada en Colombia (Pirelli, 2013: 1).

La planta que abastece al mercado colombiano de ensambladoras es aquella de Venezuela. Esta planta se encuentra ubicada en la ciudad de Guacará. Para el mercado de llantas Passenger and Light Truck produjo un estimado de un millón ochocientos mil unidades para el año 2012 (Landívar, 2014).

En el mercado colombiano de ensambladoras Pirelli posee como cliente a la ensambladora CCA. Pirelli abastece la demanda que la empresa CCA tiene para su modelo BT-50 con llantas de medida 215/75 R15 (Landívar, 2014).

TABLA 13
PARTICIPACIÓN DE PIRELLI EN EL MERCADO COLOMBIANO DE
ENSAMBLADORAS DEL AÑO 2010 AL AÑO 2012 (EN UNIDADES)

MARCA	ENSAMBLADORA	MODELO	MEDIDA	AÑO	LLANTAS
Pirelli	CCA	BT-50	215/75R15	2010	21385
				2011	18095
				2012	17055

Fuente: Continental Tires (Departamento Equipo Original)

Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

Los problemas por los cuales pasan las otras empresas de producción de llantas tienen debido a la condición política y económica que tiene el país Venezuela, envuelven también a la empresa Pirelli.

3.2.4. Michelin

Michelin (Manufacture Française des Pneumatiques Michelin) es uno de los fabricantes de neumáticos de mayor participación en el mercado mundial de llantas para los distintos segmentos de llantas, tales como bicicletas, camiones y buses, vehículos industriales, aviones, vehículos de competencia, vehículos livianos y camionetas (Michelin, 2013: 1) .

Fundada en 1889 en Clermont-Ferrand (Francia), con el desarrollo de neumáticos de bicicleta, cuenta con presencia en todo el mundo en la comercialización y producción de neumáticos. Cuenta con 66 plantas de producción en 16 países alrededor de todo el mundo y tiene una participación en las ventas globales de neumáticos de alrededor del 14,6% (Michelin, 2013: 1).

En Sudamérica cuenta con plantas de producción en Brasil, en Argentina y en Colombia. Esta última es la que abastece a las ensambladoras de autos en Colombia (Naranjo, 2013)

La planta de Michelin en Colombia se encontraba ubicada en la ciudad de Cali bajo el nombre de la empresa ICOLLANTAS, la cual abastecía a todo el

mercado andino y contaba con subsidiarias en Venezuela, Ecuador, Chile y Perú. Para 2012 produjo un estimado de dos millones cien mil unidades para el mercado de neumáticos PLT. Cuenta también con una participación del 20% del mercado de equipo original en la región Andina (Landívar, 2014).

La empresa ICOLLANTAS provee de llantas a la ensambladora CCA para el modelo Mazda 3 con la medida 205/55 R16. La ensambladora SOFASA es aquella con la que mayor comercialización existe, les provee los neumáticos necesarios para los modelos (Landívar, 2014).

TABLA 14
PARTICIPACIÓN DE MICHELIN EN EL MERCADO COLOMBIANO DE
ENSAMBLADORAS DEL AÑO 2010 AL AÑO 2012 (EN UNIDADES)

MARCA	ENSAMBLADORA	MODELO	MEDIDA	AÑO	LLANTAS
Michelin	CCA	Mazda 3	205/55R16	2010	21320
				2011	14605
				2012	15115
Michelin	SOFASA	Logan	185/65R15	2010	57285
				2011	85865
				2012	52475
Michelin	SOFASA	Sanderó X90	185/65R15	2010	66325
				2011	51740
				2012	78375
Michelin	SOFASA	Duster H79	215/65R16	2010	0
				2011	80
				2012	55400

Fuente: Continental Tires (Departamento Equipo Original)

Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

La fábrica cierra sus operaciones. La compañía Michelin indicó el cierre de su operación industrial en Colombia por las dificultades para poder mantener la competitividad de su empresa Icollantas, pero seguirá su actividad comercial en el país. Esta decisión de terminar operaciones involucra el cierre de las plantas de Icollantas en Cali y en Chusacá. De acuerdo a los directivos de Michelin, la producción en Colombia se hizo “inviable” debido a los factores del mercado como la entrada masiva al país de neumáticos importados, la

revaluación del peso frente al dólar y la devaluación del real brasileño porque Brasil es el principal destino de las exportaciones de las fábricas colombianas. Icollantas tuvo desde el año 1998 hasta el año 2013 pérdidas de alrededor de 300.000 millones de pesos (158 millones de dólares) (Delgado, 2013: 1).

Las operaciones de equipo original de la empresa Michelin se trasladan. Toda la comercialización que realizaba la compañía a las ensambladoras en Colombia las va a retomar la planta de Michelin en Reino Unido. Toda la cartera comercial de ICOLLANTAS la ha retomado Michelin UK, realizando los desarrollos respectivos (Naranjo, 2013).

3.3. Empresas oferentes de llantas de PLT de equipo original fuera de la región andina

Las ensambladoras en Colombia poseen operaciones comerciales con productoras de neumáticos fuera de la región andina. Aparte de las productoras de llantas ubicadas en los países de la región andina, empresas asiáticas proveen también de neumáticos de equipo original a las ensambladoras de Colombia. Entre las empresas que comercializan sus llantas a las ensambladoras se encuentran Hankook y Giti, empresas que no tienen plantas de producción en Sudamérica (Naranjo, 2013).

3.3.1. Hankook

Hankook Tire es un grupo industrial instituido y con sede en Corea del Sur. Este grupo consiste en la agrupación de varios negocios, entre los cuales se incluyen aviación, finanzas, construcción, transporte, medicamentos y fabricación de neumáticos. Su sede se encuentra Seúl, Corea (Hankook, 2013: 1).

Hankook Tire Company, una de las empresas del grupo Hankook tire, posee sus oficinas en Seúl, Corea del Sur. La empresa posee tres fábricas en los alrededores de las oficinas. La producción de las fábricas es exportada a todo el mundo en donde se las comercializa. La compañía tiene sedes secundarias en los

Estados Unidos y en el Reino Unido, donde dirigen el mercado americano y europeo. La compañía vende neumáticos bajo la marca de Hankook Tire y Marshal con una gran variedad de tamaños (Hankook, 2013: 1).

La sede mundial es el epicentro de la estructura organizacional de la empresa. En las oficinas centrales se realiza el análisis en el mercado global, establece medios y estrategias a largo plazo, propone y apoya modelos optimizados para cada una de las sedes regionales. Bajo esta orientación, las cuatro sedes regionales ubicadas en Corea, Estados Unidos, Europa y China operan los sistemas de producción, ventas y distribución a medida para los clientes locales. Estas oficinas también llevan a cabo las operaciones de acuerdo con las estrategias establecidas por la sede mundial, con la autonomía necesaria para atender a sus clientes regionales (Hankook, 2013: 1).

Las oficinas centrales regionales consisten en dieciséis subdivisiones basadas en características de las empresas locales y los tipos de productos. Los clientes se clasifican en clientes en general y empresas automovilísticas, para lo cual las unidades operativas están divididas (Hankook, 2013: 1).

Cada división está organizada de acuerdo a las características del producto: coches de pasajeros, camiones ligeros y camiones y autobuses. Cada una de estas divisiones es independiente y gestiona las operaciones desde el desarrollo hasta la comercialización (Hankook, 2013: 1).

Hankook no posee plantas de producción en Latinoamérica, pero posee centros de distribución en Brasil y oficinas comerciales en Chile y Colombia en Sudamérica. Estos centros son coordinados y gestionados desde las oficinas centrales regionales en Estados Unidos (Hankook, 2013: 1).

La empresa se encuentra presente en el mercado colombiano de ensambladoras como proveedor de la ensambladora COLMOTORES, entregando los neumáticos que necesitan para la producción del modelo Spark GT con las llantas de medida 155/70 R14. Hankook también es proveedor de

los neumáticos de medida 185/60 R14 para el modelo Renault Clio de la ensambladora SOFASA (Landívar, 2014)

TABLA 15
PARTICIPACIÓN DE HANKOOK EN EL MERCADO COLOMBIANO DE
ENSAMBLADORAS DEL AÑO 2010 AL AÑO 2012 (EN UNIDADES)

MARCA	ENSAMBLADORA	MODELO	MEDIDA	AÑO	LLANTAS
Hankook	COLMOTORES	Spark GT	155/70R14	2010	0
				2011	2500
				2012	8165
	SOFASA	Clio	185/60R14	2010	6560
				2011	4155
				2012	6225

Fuente: Continental Tires (Departamento Equipo Original)

Elaborado por: Mauricio Chávez Armijos

De acuerdo con gente involucrada en la industria de llantas, las empresas provenientes del Asia, aunque no tienen todo el bagaje comercial de las empresas grandes como Goodyear, Michelin o Continental, incursionan en los distintos mercados automovilísticos por medio de una estrategia de precios reducidos en comparación a los que ofrecen empresas más grandes, otorgándoles a sus clientes prestaciones similares a las de la competencia. (Naranjo, 2014).

3.3.2. GiTi

Giti Tire, empresa de neumáticos de origen chino con sede Singapur, posee siete plantas de fabricación en el mundo, aparte de ventas y operaciones de marketing en 13 países. La distribución de sus productos se la hace a un mercado de más de 100 países (Giti, 2013: 1).

Giti Tire primero entró en China en 1993 y estableció una empresa conjunta con Anhui Tire Factory, una tercera parte independiente para la producción de neumáticos diagonales. La fábrica central de la empresa se

encuentra en la República Popular China, en Fujian. La compañía se ha ampliado a un nivel internacional con la apertura de oficinas y centros de distribución en todo el mundo dependientes de la producción de las fábricas en China (Giti, 2013: 1).

La compañía, al igual que Hankook, no posee centros de producción en el continente americano, pero la empresa tiene subsidiarias y centros de distribución en Estados Unidos y en Brasil, desde donde se controla la comercialización y distribución hacia los destinos comerciales de la empresa (Giti, 2013: 1).

En Colombia se encuentra presente como uno de los proveedores de neumáticos para la ensambladora COLMOTORES, les provee de las llantas necesarias para cuatro de sus 7 modelos (Continental tires, 213, 1).

- Spark convencional: 165/65 R13.
- Sail: 185/60 R14
- Aveo Emotion: 185/55 R15
- Optra: 195/55 R15

TABLA 16
PARTICIPACIÓN DE GITI EN EL MERCADO COLOMBIANO DE
ENSAMBLADORAS DEL AÑO 2010 AL AÑO 2012 (EN UNIDADES)

MARCA	ENSAMBLADORA	MODELO	MEDIDA	AÑO	LLANTAS
GiTi	COLMOTORES	Spark	165/65R13	2010	110465
				2011	167520
				2012	107255
	COLMOTORES	Sail	185/60R14	2010	0
				2011	0
				2012	9811
	COLMOTORES	Aveo Emotion	185/55R15	2010	23730
				2011	45187
				2012	20749
	COLMOTORES	Optra	195/55R15	2010	9052
				2011	6430
				2012	4565

Fuente: Continental Tires (Departamento Equipo Original)
Elaboración: Mauricio Chávez

En la región andina existen cinco empresas productoras de llantas que abarcan el mercado de equipo original de PLT y las 5 con presencia en el mercado Colombiano de ensambladoras, entre las cuales se encuentran las empresas ubicadas en Venezuela como son Bridgestone que comercializa sus llantas a la ensambladora COLMOTORES, Goodyear la cual provee de llantas de equipo original a la ensambladora SOFASA y Pirelli que vende llantas para los autos ensamblados en CCA. También se encontraba presente la empresa Michellin, que comercializaba las llantas que ellos producían a las ensambladoras SOFASA Y CCA hasta su cierre de operaciones.

Empresas provenientes del Asia tales como Hankook y Giti también tienen presencia en el mercado colombiano de ensambladoras al proveer a la ensambladora COLMOTORES las dos empresas y a SOFASA que le provee de neumáticos la empresa Hankook. Estas dos productoras de neumáticos entraron al mercado a través de estrategias de precios más bajos aprovechando las relaciones comerciales de Colombia con los países de origen de estas empresas. La empresa Continental Tire Andina aparte de tomar en cuentas estos aspectos para poder comercializar sus productos a las ensambladoras en Colombia debe ver también la capacidad de producción que tiene (dos millones de llantas al año) con la cual debe abastecer a los mercados de Equipo Original y de reposición en Ecuador y a las exportaciones que debe realizar la empresa. Hay que analizar además todos los procesos que se tienen dentro del departamento de Equipo Original y la factibilidad de concretar los requerimientos específicos y de ingeniería que exige cada cliente para las llantas que va a utilizar en sus vehículos.

VI. ANÁLISIS

Por medio del presente trabajo se busca analizar el mercado de ensambladoras de autos de pasajeros y camionetas en Colombia para la incursión de la empresa Continental Tire Andina S.A. como proveedor de llantas a las ensambladoras de autos en Colombia. Para realizar el análisis se tomaron varios aspectos dentro de este estudio tales como son la normativa legal internacional para poder comercializar las llantas de la empresa Continental Tire Andina. Se analizó también la demanda existente en el mercado colombiano de ensambladoras de autos a través de la producción y venta de los autos que comercializa y ensambla cada una de las ensambladoras en Colombia. La oferta es otro aspecto que se tomó en cuenta, identificando la capacidad de producción que tiene la empresa Continental Tire Andina con los procesos que se deben tomar en cuenta para las llantas de equipo original así como también la oferta ya existente de llantas para las ensambladoras en Colombia.

Tomando en cuenta el marco teórico con el cual se trabajó (el marketing para Latinoamérica de Phillip Kotler) el análisis del macro-entorno de una empresa toma en cuenta varios aspectos que circundan la empresa y los cuales no se puede controlar. En el ámbito internacional se toma en cuenta las distintas decisiones que se toman a nivel de organismos multilaterales o bilaterales para modificar o determinar la reacción y accionar tanto de clientes como de vendedores. La apertura comercial existente a nivel de la Comunidad Andina entre Ecuador y Colombia es el factor que debería motivar a las distintas empresas en Ecuador debido a la libre circulación de bienes a aquellas del sector automotor de Equipo Original, incidiendo no solo en la parte de ventas sino también en la compra de nuevos insumos que sirvan para desarrollo industrial. La legislación implantada por parte de la CAN y por parte de cada país, hacen que se deba conocer en qué medida afecta o no toda esta legislación a las distintas decisiones y forma de actuar por parte de los dos actores comerciales como son oferente y demandante.

El libre comercio entre los miembros de la CAN obedece a las reglas para que el desgravamen de tributos sea efectivo, dichos convenios son las

normas de origen. Dichas normas indican el porcentaje de contenido local o subregional debe poseer un bien para ser comercializado entre los miembros de la agrupación subregional. Dichas normas también están estipuladas en el acuerdo de complementación del Sector Automotor a nivel Andino, en donde se estipula los requerimientos de origen que deben tener los vehículos y autopartes producidas y comercializadas dentro de la zona de la CAN.

Los productos elaborados y producidos a nivel nacional tienen facilidades de acceso al mercado colombiano debido a los distintos acuerdos firmados por los gobiernos de Ecuador y Colombia tanto a nivel bilateral como multilateral a través de la Comunidad Andina de Naciones. Las mercancías producidas en Ecuador pueden entrar sin aranceles a Colombia debido a la existencia de una zona de libre comercio entre los países miembros de la Comunidad Andina que facilita la libre circulación y comercialización de mercaderías siempre y cuando estas sean originarias del país de salida.

En el segundo capítulo se busca identificar la demanda existente de neumáticos para los autos cero kilómetros que son ensamblados en Colombia. Conociendo más de cerca al cliente o potenciales clientes, se puede determinar las distintas necesidades y requerimientos que posee cada uno y de dicha manera tener mejor acercamiento hacia ellos para poder concretar un negocio. En el momento querer incursionar en un mercado en donde existe más de un cliente, se debe saber la forma en cómo cada uno se desenvuelve.

En un mercado con pocos potenciales clientes, pero que a su vez son grandes por el giro de sus negocios y por la participación de mercado que tienen, conocer las características de cada uno de los actores de dicho mercado es primordial para poder conjugar lo que se ofrece con lo que se demanda. Al pertenecer las cada una de las tres ensambladoras a marcas que provienen de distintas partes del mundo como son Renault de Francia, General Motors de Estados Unidos y Mazda de Japón, su accionar es diferente dado las culturas, forma de ser y procesos internos que posee cada una de estas empresas. Para cualquier empresa que desee ser parte de su cartera de proveedores, debe en primer lugar conocer cómo funciona cada una de estas marcas para poder

adaptar sus procesos y productos a los requerimientos específicos de cada ensambladora.

En el capítulo tres se destaca en la demanda de neumáticos a través de la producción y venta de vehículos que son producidos y ensamblados en Colombia a través de sus tres empresas de ensamblaje de autos como lo son GM-COLMOTORES, SOFASA y MAZDA CCA. Cada teniendo picos más altos en diferentes años cada una de las ensambladoras, teniendo a Sofasa con su mayor producción en el año 2012 a Colmotores en el año 2011 y a Mazda CCA en el año 2011, mostrando tendencias de producción distintas entre cada una de las ensambladoras. El desarrollo de las ventas y producción de los vehículos de que comercializa cada una de las ensambladoras ha sido variable entre los tres años de estudio. Sofasa con su mayor producción en el año 2012 a Colmotores en el año 2011 y a Mazda CCA en el año 2011, mostrando tendencias de producción distintas entre cada una de las ensambladoras.

Continental Tire Andina ocupa todo el mercado de Equipo Original en Ecuador. Comercializa las llantas de EO a todas las ensambladoras de autos ubicadas en el país y tuvo negocios con la empresa COLMOTORES, los cuales se disolvieron de manera unilateral debido a la decisión de la ensambladora de cambiar de proveedor de neumáticos a GiTi radial, dejando las puertas abiertas para una futura negociación con Continental Tires.

El análisis del comportamiento de la competencia es fundamental al momento de querer analizar el curso del negocio con otra empresa, puesto que al conocer el accionar que tengan las otras empresas que se encuentran en el mismo giro del negocio, se tendrá mayor espectro de análisis para conocer la viabilidad de crear el negocio con el demandante seleccionado. Al conocer las características de los competidores, se puede decidir estrategias y tácticas para poder tener ventaja sobre la competencia y saber la mejor forma de acaparar el mercado. Saber cuál es la capacidad y forma de llevar el negocio dentro de la misma empresa es también fundamental, puesto que así se verifica la factibilidad de realizar las distintas ofertas a los clientes y buscar el máximo beneficio para la empresa. Para poder realizar algún negocio con las ensambladoras en

Colombia por parte de la empresa Continental Tire Andina, se debe saber su capacidad productiva y constatar si es que existe la posibilidad de modificarla para poder cumplir con los requerimientos de los clientes.

Al analizar la producción que tiene Continental Tire Andina se denota que la empresa no puede satisfacer la demanda completa de las ensambladoras colombianas puesto que la capacidad de producción que posee la planta de Continental Tire Andina no alcanza para dar abasto a los clientes de Equipo Original en Colombia debido a los requerimientos que debe cumplir con sus actuales clientes de equipo original, reposición y en sus exportaciones.

Existen procesos los cuales Continental Tires debe cumplir al momento de la negociación de la venta de una medida de acuerdo con las especificaciones impuestas por la IATF acerca de los requerimientos de calidad de los neumáticos a través de los documentos del APQP y el ANPQP. Se debe tomar en cuenta también los requerimientos de los clientes de las especificaciones técnicas que necesitan del neumático para poder montarlo en el vehículo a ensamblar.

La competencia de Equipo Original de Continental Tires a nivel regional ha disminuido debido al cierre de operaciones de la empresa Michelin en Colombia y a los distintos problemas de índole política y económica que se tiene en Venezuela donde se encuentran ubicados la mayoría de las empresas productoras de llantas de Equipo Original a nivel de la subregión andina.

Las empresas productoras de cauchos provenientes del Asia se están posicionando en el mercado latinoamericano de ensambladoras a través de estrategias de precios bajos de sus productos en comparación al producto que se ofrece en la subregión. Las empresas que están incursionando en este mercado son Hankook y GiTi, que poseen ya ventas en las ensambladoras de Colombia.

VII. CONCLUSIONES

- La hipótesis planteada que la capacidad productiva de llantas de PLT de Equipo Original por parte de la empresa Continental Tire Andina y la producción de llantas de PLT a nivel andino permitiría que se comercialice este producto al mercado colombiano de ensambladoras de autos, lo que se facilitaría debido a las relaciones comerciales existentes entre Ecuador y Colombia tomando en cuenta las barreras comerciales existentes se cumple de manera parcial. Las relaciones vigentes a nivel comercial entre Ecuador y Colombia permiten la libre comercialización sin aranceles de los productos elaborados por Continental Tire Andina, la producción que posee no puede satisfacer la demanda de todo el mercado colombiano de ensambladoras. La capacidad instalada de producción no permite abastecer a todo el mercado colombiano de ensambladoras debido a que ya se abastece de productos a todas las ensambladoras ubicadas en Ecuador, aparte de poder cumplir con la demanda ya establecida del mercado de reposición y de exportación. Se puede abastecer a los clientes en Colombia de forma parcial, abasteciendo a máximo cuatro modelos de autos producidos en Colombia.
- Las relaciones tanto a nivel bilateral como multilateral existentes entre los gobiernos de Ecuador y Colombia facilitan el intercambio comercial entre las dos naciones debido a la existencia de acuerdos de libre circulación de las mercaderías producidas en cada uno de estos países libre de tributos y de barreras comerciales. Los acuerdos comerciales son complementados con la zona de libre comercio que se crea a través de la firma del Acuerdo de Cartagena, estipulando criterios que deben cumplirse para que el intercambio comercial sin aranceles pueda producirse.
- La normativa impuesta por la Comunidad Andina de Naciones a través del acuerdo 416 de normas de origen y del acuerdo 323 acerca de las especificaciones de origen para el sector automotor establecen los requisitos de las mercaderías pueden ser comercializadas sin aranceles, norma que beneficia a Continental Tire Andina por ser una empresa de producción establecida en Ecuador.

- Las tres ensambladoras ubicadas en Colombia han tenido un desarrollo irregular de su producción, teniendo picos más altos en diferentes años cada una de las ensambladoras, teniendo a Sofasa con su mayor producción en el año 2012 a Colmotores en el año 2011 y a Mazda CCA en el año 2011, mostrando tendencias de producción distintas entre cada una de las ensambladoras.
- El desarrollo de las ventas de los vehículos de que comercializa cada una de las ensambladoras es similar al desarrollo de la producción que han tenido las empresas, exceptuando a Sofasa la cual tuvo una mayor producción en el 2012 pero sus ventas fueron mayores en el año 2011.
- La producción que tiene Continental Tire Andina no puede satisfacer la demanda completa de las ensambladoras de Colombia debido a que la capacidad de producción que posee la planta de Cuenca no es suficiente para dar abasto a los clientes de Equipo Original de Ecuador, las ventas de reposición y las exportaciones que realiza la empresa.
- Debido a los problemas políticos y económicos existentes en el país donde se encuentran situadas la mayoría de las empresas de producción de neumáticos de equipo original en la región andina, no pueden abastecer la demanda existente del mercado Colombiano.
- La estrategia de precios más bajos de los neumáticos que comercializan las empresas productoras de llantas ubicadas en el Asia, brindando productos de prestaciones similares, de manera conjunta con los acuerdos de libre comercio firmados por el gobierno colombiano con países como Corea del Sur, han hecho que las ensambladoras de autos prefieran adquirir neumáticos de equipo original de dichas empresas y que la presencia de dichas empresas sea más fuerte en el mercado, constituyendo una de las mayores amenazas para las productoras de neumáticos como continental Tires
- El cierre de operaciones de la única empresa de producción de neumáticos en Colombia representa una oportunidad para la incursión de otras productoras

de la región andina dada la normativa de las normas de origen que deben cumplir los autos ensamblados en la región Andina.

VIII. RECOMENDACIONES

- Considerar las oportunidades comerciales que se presentan por los acuerdos comerciales entre Ecuador y Colombia al existir la entrada de mercaderías con cero aranceles entre los dos países y por las normativas legales existentes para la comercialización y producción de los automotores ensamblados que indica la cantidad de materiales originarios que deben tener los vehículos ensamblados dentro de la región Andina.
- Analizar la factibilidad de acceder como proveedores de al menos una de las ensambladoras de Colombia tomando en cuenta la capacidad de producción que tiene Continental Tires en su planta de Cuenca y las especificaciones requeridas por cada una de las ensambladoras para poder suplir dicha demanda.
- Considerar las ventajas que se derivan del convenio de complementación automotriz vigente entre los países miembros de la CAN para de dicha forma buscar opciones de un mayor acercamiento al mercado colombiano, y una venta sobre las empresas provenientes del Asia como Hankook y Giti
- Tomar en cuenta una estrategia de competencia frente a la incursión de las empresas asiáticas de producción de neumáticos con estrategias de precios bajos frente a los precios de las llantas ofrecidas por la competencia proveniente del Asia.
- Aprovechar el cierre de operaciones de Michelin y los problemas existentes en Venezuela para entrar como proveedores de las ensambladoras en Colombia acogándose a las normas de origen que indican que al menos el 50% del total del producto final debe tener componentes provenientes de la subregión.
- Examinar la posibilidad de extender el yield de Equipo Original de Continental Tires o la cooperación con otra planta de producción de la empresa Continental para poder comercializar un mayor número de unidades a nivel regional y no solo a nivel nacional.

- Observar las proyecciones de producción y ventas que tengan las ensambladoras en Colombia para poder constatar la factibilidad o no de acceder al mercado colombiano de ensambladoras.
- Reconocer cuales son las ventajas comparativas y competitivas que tendría Continental Tire Andina en comparación a las otras empresas de producción de neumáticos que se encuentran presentes en el mercado colombiano de ensambladoras de vehículos y de dicha forma armar la estrategia de penetración en alguna de las tres ensambladoras (SOFASA, COLMOTORES o CCA).
- Aplicar las preferencias arancelarias existentes para la entrada y comercialización de los productos elaborados en la subregión andina y el conocimiento del mercado automotriz colombiano por parte de la empresa Continental Tire Andina para poder aplicar estrategias de penetración en el mercado.
- Estudiar la factibilidad de retomar el negocio con la empresa COLMOTORES en Bogotá dados los antecedentes de comercialización de llantas de equipo original con dicha ensambladora.

LISTA DE REFERENCIAS

Libros

- Alegrett, S. (2000). *Publicación de Acuerdos suscritos en desarrollo del Convenio de Complementación en el Sector Automotor*. Perú, Lima: Secretaría General de la Comunidad Andina.
- Comunidad andina. (2000). *Instructivo para Diligenciar las Planillas A y B para la Calificación de Materiales de la Subregión*. Perú, Lima: Comunidad Andina.
- Comisión de la Comunidad Andina. (30 de Julio de 1997). Decisión 416. Lima: LA COMISION DE LA COMUNIDAD ANDINA.
- Continental Tires. (2013). *Inteligencia de Mercados Equipo Original en la Región Andina*. Ecuador, Quito: Equipo Original.
- FAVENPA. (2013). *Boletín Estadístico*. Venezuela, Caracas: Favenpa.
- Plata, L. (2007). *Normas de Origen, Preferencias Arancelarias y Registro de Productores Nacionales*. Colombia, Bogotá: Ministerio de Comercio Industria y Turismo.
- Ramirez, M., et al. (2000). *Convenio de Complementación en el Sector Automotor*. Perú, Lima: Secretaría General de la Comunidad Anidna.
- Salvato, M. (2007). *Normas de Origen de las Mercancías*. Perú, Lima: Secretaría General de la Comunidad Andina.
- Secretaría general de la comunidad andina. (2000). *informe de la reunion de coordinacion andina sobre acceso*. Perú, Lima: Secretaría General de la Comunidad Andina.
- QUISHPE, E. (2013). *Normas de Origen: Una guía para su aplicación en la Comunidad Andina y Acuerdos Comerciales* (Vol. I). Perú, Lima: Secretaría General de la Comunidad Andina.

Tesis de grado:

- Morán, D.F. (2006). *Desarrollo de una estrategia de marketing para la introducción de llantas en el segmento 4x4 & SUV en el mercado ecuatoriano* (pregrado).
- Quiroga, J. P. (2012) *Análisis estratégico del sector automotriz en Colombia* (pregrado Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia), Recuperado de:

<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3955/1020727693-2012.pdf?sequence=3>

Torres, M.J. (2006). *Propuesta para prevenir las lesiones músculo-esqueléticas en el operador de armado de caucho camión a través de la metodología seis sigma en la empresa bridgestone firestone Venezolana C.A.* (pregrado Universidad Nacional Experimental de Táchira, Táchira, Venezuela). Recuperado de: http://biblioteca.unet.edu.ve/db/alexandr/db/bcunet/edocs/TEUNET/2006/Pregrado/Industrial/SanchezC_CiroE-TorresC_MarcoJ/CapituloII.pdf

Publicaciones

Arellano, F. (2004, septiembre). Comunidad Andina: de la zona de libre comercio a la Unión Aduanera, los nuevos temas. *Aldea Mundo*, 8(16). Recuperado de: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/18166/1/articulo16-1.pdf>.

Autos de primera. (2013, enero, 13). 11 lanzamientos y 43.390 unidades matriculadas en el RUNT, dejan un muy buen balance para RENAULT-Sofasa en el año 2012 en Colombia. *Autos de primera*. Recuperado de: <http://www.autosdeprimera.com/Nacional/ventas-sofasa-reanult-2012>.

BARONA, D. (2012, mayo, 1). Comercio Exterior/ Ecuador - Colombia. *Ekos*(217), 22-23.

Delgado, H. (2013, junio, 16). “Desde hace diez años ya no éramos rentables”: presidente de Michelin. *El País*. Recuperado de: <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/desde-hace-diez-anos-ya-eramos-rentables-presidente-michelin>

El comercio. (2012, diciembre, 11). Presidentes de Colombia y Ecuador potencian nexos y desarrollo de frontera. *El Comercio*, Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/politica/presidentes-de-colombia-y-ecuador-1.html>

El espectador. (2013, diciembre, 13). El Chevrolet Aveo dice adiós. *El Espectador*. Recuperado de: <http://www.elespectador.com/publicaciones/autos/el-chevrolet-aveo-dice-adios-articulo-466231>

El tiempo. (2011, enero, 24). Récord de ventas de vehículos en Colombia durante 2010. *El Tiempo*. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-8796477>

El tiempo. (2012, junio, 22). Disminución notoria en el sector de la fabricación de partes originales y reposición de vehículos. *El Tiempo*. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11965644>

- FARIAS, R. (2010, enero, 22). Chevrolet Optra 1.6 LS Station Wagon: Clásico y funcional. *Destacados*. Recuperado de: <http://noticias.destacados.cl/2010/01/22/chevrolet-optra-1-6-ls-station-wagon-clasico-y-funcional/>
- KOGAN, E. (2013, febrero, 22). Chevrolet Spark, el "gran" pequeño hatchback. *La Prensa*. Recuperado de: <http://www.laprensafl.com/chevrolet-spark-gran-pequeno-hatchback>
- Lozano, R. (19 de Febrero de 2012). Sofasa le apuesta a otro año con récord en ventas. *Portafolio*. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/negocios/sofasa-le-apuesta-otro-ano-record-ventas>
- Perez, V. (2012, mayo, 24). 'La Compañía Colombiana Automotriz no está en venta', dice Fabio Sánchez. *La República* Recueperado de: <http://www.larepublica.co/>
- PORTAFOLIO. (2011, julio, 12). Ventas de GM Colmotores alcanzan nuevo récord. *Portafolio*. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/economia/ventas-gm-colmotores-alcanzan-nuevo-record>

Entrevistas

- Bohorquez, D. Ing. Automotive Quality Engineer, (2013). Planillas A y B.
- Bohorquez, D. Ing. Automotive Quality Engineer , (2014). Equipo Original en Continental Tires.
- Landívar, C. Ing. Coordinadora de Key Account Management, (2013). Continental Tires y su Departamento de Equipo Original.
- Narajo, E. Eco. Key Account Manager, (2013). Ensambladoras en Colombia.
- RICCI, X. Ing. Analista de planeación de demanda (2014). El Yield de Equipo Original.

Páginas Web

- Aduana del Ecuador. (2012, diciembre, 1). Proceso de Exportación. *Aduana del Ecuador*. Recuperado de http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action
- Autos y ruedas. (2010, Noviembre, 2). Chevrolet Sail 2011: Desde China otro sedán General Motors, *Autos y Ruedas* Recuperado de: <http://www.autosyruedas.com/chevrolet-sail-2011-desde-china-otro-sedan-general-motors/>

- Blancarte, J. (2011, septiembre, 9). Un Poco de Historia del Mazda2. *Autocosmos*. Recuperado de : <http://especiales.autocosmos.com.mx/mazda2/noticias/2011/09/09/un-poco-de-historia-del-mazda2>
- Bridgestone. (2014, ener, 1). A Global Dream. *Bridgestone*. Recuperado de: <http://www.bridgestone.com>
- Comunidad Andina de Naciones. (2010, diciembre, 1). Zona de Libre Comercio. *Comunidad Andina de Naciones* Recuperado de: <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=141&tipo=TE&title=zona-de-libre-comercio>
- Costas, J. (2012, diciembre, 26). Dacia Logan 2013. *Motorpasion*. Recuperado de: <http://www.motorpasion.com/berlinas/dacia-logan-2013>
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2012, septiembre, 8). Estatuto Aduanero. *Dian*. Recuperado de: http://www.dian.gov.co/descargas/normatividad/2012/proyectos/Nuevo_estatuto_aduanero_09182012.pdf
- Epifanio, P. (2011, octubre, 12). Duster, un modelo llamado a hacer historia. *Cars* Recuperado de: <http://www.cars.com.ar/noticia/1248/renault-presento-oficialmente-el-duster#.U7mJPv15NMI>
- Giti. (2013, enero, 1). Corporate. *Giti*. Recuperado de: <http://www.giti.com/corp/corporate.asp?referenceid=16&menuid=369&language=1&id=452>
- Goodyear. (2014, enero, 1). Información de la compañía. *Goodyear*. Recuperado de: <http://www.goodyear.com.ve/>
- Hankook. (2013, enero, 1). Organization. *Hankook*. Obtenido de Hankook: <http://www.hankooktire.com/global/about-hankook-tire/company/organization.html>
- Konstantonis, A. (2012, junio, 7). Renault Sandero Stepway a prueba. *Autocosmos*. Recuperado de <http://noticias.autocosmos.com.ar/2012/06/07/renault-sandero-stepway-a-prueba>
- Lasheras. (2010, enero, 23). Renault Sport, la Revolución CLIO. *800 vueltas* Recuperado de: <http://8000vueltas.com/2010/01/23/renault-sport-la-revolucion-clio>
- Mecanica y Motores. (2013, enero, 18). Ficha técnica Mazda BT-50. *Mecánica y Motores*. Recuperado de: <http://www.mecanicaymotores.com/ficha-tecnica-mazda-bt-50.html>

- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2011, agosto, 8). ¿Cómo importar en Colombia?. *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Recuperado de:
<https://servicios.vuce.gov.co/Mincomercio/portal/mincomercioexterior/publicaciones.php?id=16268>
- Motor. (2012, octubre, 29). El Chevrolet Cobalt, familiar y de grandes espacios, llega a Colombia. *Motor*. Recuperado de:
http://www.motor.com.co/revista-motor/31deoctubrede2012/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12343600.html
- Motor. (2013, junio, 25). El Mazda3 cumplió su primera década de fabricación siendo uno de los carros más exitosos de la marca. *Motor*. Recuperado de:
http://www.motor.com.co/retro/el-mazda3-llega-a-la-primeradecada_12895264-4
- Nigrinis, R. (2013, agosto, 8). Renault Twingo I 1992-2012. *Carros y Clásicos*. Recuperado de:
http://www.carrosyclasicos.com/historia/2408/historia_renault_twingo_i#.U7q2rPl5NMm
- Pirelli. (2013, enero, 1). Pirelli. *Pirelli*. Recuperado de: <http://www.pirelli.com/>
- Proecuador. (2012, noviembre, 7). Oportunidades Comerciales y Encadenamiento Productivo entre Ecuador y Colombia. *Proecuador*. Recuperado de:
<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/oportunidades%20comerciales%20con%20Colombia.pdf>
- Proexport. (2012, septiembre, 5). Ecuador ve a Colombia como destino de inversiones. *Proexport*. Recuperado de:
<http://www.proexport.com.co/noticias/ecuador-ve-colombia-como-destino-de-inversiones>
- Revista e-go. (2013, julio, 10). GM Colmotores estrena la primera planta de producción de vehículos en Colombia. *E-go*. Recuperado de:
http://www.revistae-go.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=3391:gm-colmotores-estrena-la-primeraplanta-de-produccion-de-vehiculos-en-colombia&Itemid=135
- Rico, D. (2010, febrero, 25). Conozca el proceso y los trámites para importar en Colombia. *Cámara de Comercio de Bogotá*. Recuperado de:
http://www.ccb.org.co/documentos/5587_seminario_como_importar.pdf

World Customs Organization,. (2013, febrero, 25). Normas de Origen - Manual.
World Customs Organization. Recuperado de:
http://www.wcoomd.org/en/topics/origin/overview/~/_/media/304ABD35B23744218E65596E66DFF012.ashx

ANEXOS

Anexo 1: Planillas A y B



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

PLANILLA "A"

INFORMACION PARA LA CALIFICACION DE MATERIALES ORIGINARIOS DE LA SUBREGION
(PARA USO EXCLUSIVO DE MINCOMERCIO)

Fabricante: _____ NIT: _____
Ensambladora: _____ Fecha: _____

I. MATERIALES ORIGINARIOS DE LA SUBREGION				II. MATERIALES IMPORTADOS			III. ORIGEN
NANDINA	Descripción Material Originario de la Subregión	No.de Parte	Precio de Venta (PV)	NANDINA	Descripción Material Importado	Valor CIF Unitario (VU)	Sumatoria (VU/PV)*100
1	2	3	4	5	6	7	8

Declaro que la Información Contenida en esta Planilla es Cierta

Nombre del Representante Legal del Fabricante: _____
Firma: _____
Documento de Identidad: _____
Ciudad: _____ Dirección: _____ Teléfono: _____
FAX: _____ E-MAIL: _____



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

PLANILLA "B"

CALIFICACIÓN DE MOTOPARTE NACIONAL
(PARA USO EXCLUSIVO DEL MINCOMERCIO)

Fabricante: _____ NIT: _____
Ensambladora: _____ Fecha: _____

Descripción	No. De parte	Subpartida Arancelaria	CALIFICACIÓN DE ORIGEN E MOTOPARTE	
			%	APROBACIÓN

Declaro que la Información Contenida en esta Planilla es Cierta

CERTIFICACIÓN DEL MINCOMERCIO

Nombre del Representante Legal del Fabricante _____










Firma: _____




Documento de Identidad: _____






Ciudad: _____ Dirección: _____

Teléfono: _____ FAX: _____ E-MAIL: _____

Anexo 2: Tabla inteligencia de mercados Continental Tires

Car brand	Car	Image	Tire Size	Tire Brand	Tire Origin	Vehicles 2010	Vehicles 2011	Vehicles 2012	Tires 2010	Tires 2011	Tires 2012	Rim	Withd	Aspect ratio
CHEVROLET	COBALT		195/65R15	BRIDGESTONE	BRASIL	0	0	1.363	0	0	6.815	15	195	65
CHEVROLET	SPARK		165/65R13	GITI	TAIWAN	22.093	33.504	21.451	110.465	167.520	107.255	13	165	65
CHEVROLET	SPARK GT		155/70R14	HANKOOK	KOREA	0	500	1.633	0	2.500	8.165	14	155	70
CHEVROLET	SAIL		185/60R14	CONTINENTAL	ECUADOR	0	0	5.965	0	0	29.824	14	185	60
CHEVROLET	SAIL		185/60R14	GITI	TAIWAN	0	0	1.962	0	0	9.811	14	185	60
CHEVROLET	AVEO		185/60R14	CONTINENTAL	ECUADOR	24.467	27.472	12.614	122.335	137.358	63.071	14	185	60
CHEVROLET	AVEO EMOTION		185/55R15	GITI	TAIWAN	4.746	9.037	4.150	23.730	45.187	20.749	15	195	55
CHEVROLET	OPTRA		195/55R15	GITI	TAIWAN	1.810	1.286	913	9.052	6.430	4.565	15	145	55
CHEVROLET	OPTRA		195/55R15	CONTINENTAL	ECUADOR	3.554	2.524	1.792	17.768	12.620	8.960	15	145	55

Car brand	Car	Image	Tire Size	Tire Brand	Tire Origin	Vehicles 2010	Vehicles 2011	Vehicles 2012	Tires 2010	Tires 2011	Tires 2012	Rim	Withd	Aspect ratio
MAZDA	MAZDA 2		185/55R15	DUNLOP	JAPAN	4.123	3.451	3.509	20.615	17.255	17.545	15	185	55
MAZDA	MAZDA 3		205/55R16	MICHELIN	COLOMBIA	4.264	2.921	3.023	21.320	14.605	15.115	16	205	55
MAZDA	BT-50		215/75R15	PIRELLI	VENEZUELA	4.277	3.619	3.411	21.385	18.095	17.055	15	215	75

Car brand	Car	Image	Tire Size	Tire Brand	Tire Origin	Vehicles 2010	Vehicles 2011	Vehicles 2012	Tires 2010	Tires 2011	Tires 2012	Rim	Withd	Aspect ratio
RENAULT	TWINGO		145/80R15	GOODYEAR	VENEZUELA	5.591	6.166	2.773	27.955	30.830	13.865	15	145	80
RENAULT	CLIO		185/60R14	HANKOOK	KOREA	1.312	831	1.245	6.560	4.155	6.225	14	185	60
RENAULT	LOGAN		185/65R15	MICHELIN	COLOMBIA	11.457	17.173	10.495	57.285	85.865	52.475	15	185	65
RENAULT	SANDERO X90		185/65R15	MICHELIN	COLOMBIA	13.265	10.348	15.675	66.325	51.740	78.375	15	185	65
RENAULT	DUSTER H79		215/65R16	MICHELIN	COLOMBIA	0	16	11.080	0	80	55.400	16	215	65